

المتحدث الرسمي

تأليف

أ.د. رفعت الضبع

رئيس قسم الاعلام التربوي - جامعة طنطا
عضو بمجلس امناء اتحاد الاذاعة والتليفزيون

خبير الاتيكيت والبروتوكول الدولي

مؤسس علوم الاعلام النوعي

مستشار بمجلس الشعب

المستشار

تأليف وتقديم

المتحدث الرسمي

٥٢١١٨

الدكتور

رفعت عارف الضبع

رئيس قسم الإعلام التربوي بجامعة طنطا
رئيس الاتحاد الدولي للاتيكيت
مستشار برلماني ومدرب دولي معتمد
مؤسس علوم الإعلام النوعي
عضو بمجلس أمناء الإذاعة والتلفزيون

الكتاب :	المتحدث الرسمي
المؤلف :	رفعت عارف الضبع
الناشر :	شركة ليدرز للنشر والتوزيع
المقاس :	٢٤ X ١٧
عدد الصفحات :	٢٣٠
رقم الإيداع :	٢٠١٢/١٥٨٤٠
التقديم الدولي :	٩٧٨-٩٧٧-٥٢١٢-٠٥-٤

□ حقوق النشر والطبع والتوزيع محفوظة للناشر ٢٠١٣.

ولا يجوز نشر جزء من هذا الكتاب أو إعادة طبعه أو إختصاره بقصد الطباعة أو إختزان مادته العلمية أو نقله بأى طريقة سواء كانت إلكترونية أو ميكانيكية أو بالتصوير أو خلاف ذلك دون موافقة خطية من الناشر مقدماً .

شركة ليدرز للنشر والتوزيع

٦ شارع محمود حافظ مكتب ٦٠٤

ميدان سفير - مصر الجديدة

٢٦٣٥٩٣٩٨ ☎

إهداء وشكر

إلى روح أمي الحبيبة رحمه الله عليه والمسلمين
وإلى روح أبي رحمه الله عليه والمسلمين
وإلى نجلي " محمد " وذريتي وآل الضبع بجمهورية مصر العربية وآل جهينة
والشهداء الكرام وقبيلة جهينة بالمدنية النبوية المشرفة بالمملكة العربية السعودية
ومصر والسودان والعالم العربي إلى كل من علمني أو سيتعلم مني إلى كل
إعلامي إسلامي ونوعي وأمني وتربوي واجتماعي وباحث ومتخصص وكاتب
وصحفي وناشر ومؤلف إلى كل مؤثر في حاضرنا ومستقبلنا إلى امتنا الإسلامية
والعربية العزيزة أهدي هذا الكتاب عسى أن يجعل الله تعالى منه نبراساً يضيئ لنا
الطريق نحو مستقبل أفضل إن شاء الله في ميزان حسناتنا . وأن يغفر الله تعالى لنا
ولموتانا والمسلمين ذنوبنا وأن يجمعنا مع الأنبياء والصديقين والشهداء جميعاً
بالفردوس الأعلى وأن يحقق لنا السعادة في الدنيا ونشكر كل من تعاون معي في
إعداد وإخراج ونشر وتوزيع والاستفادة من هذا المؤلف.

المؤلف

الصفحة	الموضوع
	المقدمة
١١	الفصل الاول " التأصيل النظري للمتحدث الرسمي "
١٢	مفهوم المتحدث الرسمي
١٣	تعريف المتحدث الرسمي
١٥	فلسفة المتحدث الرسمي
١٥	مهام المتحدث الرسمي
١٥	استراتيجية المتحدث الرسمي
١٦	القواعد الذهبية الأربعة
١٩	الخلاصة
٢٠	ما تفعله مع وسائل الاعلام
٢١	ما لا تفعله مع وسائل الاعلام
٢١	الضغوط التي يتعرض لها المتحدث الرسمي
٢٢	واجبات المتحدث الرسمي
٢٣	مسئوليات المتحدث الرسمي
٢٤	الصفات الأساسية للمتحدث الرسمي
٢٧	مواصفات المتحدث الرسمي
٢٧	اختيار المتحدث الرسمي
٢٩	الشروط الواجب توافرها في المتحدث الرسمي
٣١	سمات المتحدث الرسمي
٣٦	وظائف المتحدث الرسمي
٣٨	الاتصال و المتحدث الرسمي
٣٩	عناصر عملية الاتصال الاقناعي
٤٣	معوقات الاتصال

الصفحة	الموضوع
٤٤	وسائل الاتصال والمتحدث والرسمي
٥٦	دور المتحدث الرسمي في مواجهة الازمات
٦٠	تطبيقات لدور المتحدث الرسمي في مواجهة الازمات
٦٧	الفصل الثاني " مواصفات ومهارات المتحدث الرسمي "
٦٨	المواصفات العامة للمتحدث الرسمي
٧١	مهارات المتحدث الرسمي
٨٢	المهارات الشخصية الواجب توافرها لدى المتحدث الرسمي
٨٢	المعوقات التي تواجه المتحدث الرسمي
١٣١	الفصل الثالث " المتحدث الرسمي في الإسلام "
١٣٢	اشهر ناطق اعلامي اسلامي
١٣٥	الإعلاميون الشهداء
١٣٨	مهام الخطيب الاعلامي
١٤٠	الدور الاعلامي للشعراء في الاسلام
١٤٥	مبعوثوا الرسول الى الملوك والامراء
١٤٧	الفصل الرابع " تدريب وتأهيل المتحدث الرسمي "
١٤٨	تعريف التدريب الاعلامي
١٤٩	أهمية التدريب للمتحدث الرسمي
١٥٠	أهداف تدريب المتحدث الرسمي
١٥١	الفرق بين التعليم والتدريب
١٥٢	الفرق بين التدريب والتأهيل
١٥٣	الخطوات الواجب اتباعها للقائمين على تدريب المتحدث الرسمي
١٥٣	اسس تدريب المتحدث الرسمي
١٥٤	الصعوبات التي تواجه تدريب المتحدث الرسمي
١٥٥	انواع التدريب للمتحدث الرسمي
١٥٧	تأهيل المتحدث الرسمي

الصفحة	الموضوع
١٦١	أهمية التدريب والتأهيل للمتحدث الرسمي
١٦٣	واقع التدريب للمتحدثين الرسميين في الوطن العربي
١٦٦	المشكلات التي تواجه المتحدث الرسمي
١٧٥	دور المتحدث الرسمي
١٧٧	الإشارة للمتحدث الرسمي
١٧٩	علاقة المتحدث الرسمي بالعلوم الأخرى
١٨١	رؤية مستقبلية لعمل المتحدث الرسمي
١٨٣	الفصل الخامس " أخلاقيات المتحدث الرسمي "
١٨٤	ميثاق الشرف للمتحدثين الرسميين
١٨٧	قوانين الاعلام والمتحدث الرسمي
٢١٥	دليل العمل الانتاجي التلفزيوني
٢٢٣	المراجع

القرآن الكريم والأحاديث القدسية والسنة النبوية الشريفة

الإعلام النوعي

الصحف الرسمية

الاعلان

الاعلام للتنموي

الاعلام الاقتصادي

الاعلام للمباصي

الاعلام للطبي

الاعلام للفني

الاعلام الدبلوماسي

الاعلام الزراعي

الاعلام الامني

الاعلام البيئي

الاعلام الصناعي

الاعلام الرياضي

الاعلام الاجتماعي

الاعلام للتربوي

اعلام المرأة

اعلام الطفل

الاعلام الدولي

البروتوكول

الاتيكيوت

الاعلام الاسلاسي

الإعلام الثقافي

الاعلام البرلماني

الاعلام للتعليم

٧

مقدمة:

الحمد لله الذي وقفني في إعداد هذا المؤلف الذي يعد الأول من نوعه لتأصيل علم جديد يسمى علم المتحدث الرسمي وهذا العلم ينطلق من القرآن الكريم والأديان السماوية والسنة النبوية الشريفة ويعد إضافة إلى علوم الإعلام النوعي ، والذي هداني الله تعالى إلى تأسيسها عام ١٩٨٩ م ، وتأصيله مع فروع الأخرى من خلال المؤلفات العلمية المحكمة والمنشورة على مستوى العالم وهي (الإعلام التربوي تأصيله وتحصيله والصحافة التربوية والتلفزيون النوعي والمتحدث الرسمي والخبر والسيناريو والحملات الإعلامية والبروتوكول والإعلام في الإسلام والأتيكيت والعلاقات العامة) بالإضافة إلى مؤلفات عن الإعلان وإدارة الأزمات والمرأة بين الإسلام والسياسة ، وذلك بعد أن شاركت بجهود كبيرة في تأسيس تسع كليات للتربوية النوعية تضم شعب وأقسام علمية للصحافة والإذاعة والتلفزيون والمسرح كعلوم جديدة لأول مرة على مستوى العالم وبالجهد الذاتية في مصر ، بالإضافة إلى المشاركة في تأسيس بعض المعاهد والأكاديميات والجامعة الخاصة والصحف والمجلات والدوريات والاستضافة بالبرامج التلفزيونية والإذاعية وفي تدريب القيادات الإعلامية وفي مجالات والبروتوكول وإدارة الأزمات والإقناع وتحكيم المهرجانات الدولية وفي العمل الاجتماعي .

وأحسست أنه من الضروري أن أتوصل إلى تلك العلوم الجديدة بصفة عامة ، وعلم المتحدث الرسمي بصفة خاصة بعد أن تفاقمت المشكلات الاجتماعية مثل الأمية والإدمان والتطرف والتلوث والغش والتصدع الأسرع والطلاق والبطالة والإرهاب والكذب والسرقة والانفلات الأخلاقي والأمني والعنوسة والتجسس وعدم الانتماء والولاء وأصبحت بعض المجتمعات تنن من صعوبة الحياة ، بالإضافة إلى أن النظريات العلمية لعلوم الاتصال لم تتمكن من تحقيق فروضها بعض المتغيرات الأساسية والاقتصادية والاجتماعية التي طرأت على العالم ، مثل ثورة ٢٥ يناير ٢٠١١م المجيدة وثورات الربيع العربي كما أن التقدم في وسائل الاتصالات التي قاربت بين أطراف العالم الجغرافية ، حتى أصبح العالم كله بمثابة قرية إلكترونية صغيرة تتقارب أطرافها بفعل سرعة الاتصالات

الفضائية وتعددت وتخصصت وتنوعت وسائل الإعلام كما زاد عدد المحتاجين إلى علم ونظريات المتحدث الرسمي .

ومن كل ما سبق كان من واجبي أن أشارك في التصدي لمشكلات المجتمع الدولي ككل والغيرة على مهنة المتحدث الرسمي التي أتشرف العمل بها أحياناً فاجتهدت للتوصل إلى علم المتحدث الرسمي لتقديم علماً جديداً صادقاً وهدفاً ليشارك في علاج مشكلات المجتمع وينهض به ويتصدي للفلسفات المدمرة ويهدف إلى تحصين وتقوية عزيمة الشباب وترسيخ الرسائل السماوية ومحاربة الرذيلة والدعوة إلى الفضيلة وإعداد خريجين في تخصصات بينية جديدة للوفاء بحاجة المجتمعات العربية والإسلامية من تلك التخصصات ليقدموا للمجتمع نموذجاً لعلم المتحدث الرسمي الخالي من الشوائب والذي يعمل على اكتشاف المواهب والمهارات وتنميتها لتحقيق الأهداف التربوية السلمية والعمل على رفاهية المجتمع وتحقيق الأمن والاطمئنان والمحبة والتعاون والسلام والسعادة والرفاهية لبني الإنسان .

وهذا المؤلف يؤصل علماً جديداً يسمى المتحدث الرسمي من خلال ما جاء بالقرآن الكريم والأحاديث القدسية والنبوية الشريفة ، وتم لأول مرة على مستوى العالم وضع مفهوماً جديداً للمتحدث الرسمي وفلسفة جديدة وأهداف وأغراض ومبادئ وخطط وأدوار ومواصفات ومهام وتدريبات ولوائح واستثمارات جديدة ومجالات وفوائد ونظريات التي يمكنها التعامل مع التطورات العلمية والمتغيرات العالمية الحديثة ، أي كل أركان العالم الجديد الذي يجسد موثيق الشرف العلمية ويحقق إضافة علمية للمكتبات العالمية ويدعم الإبداع والابتكار في شتى المجالات الإنسانية

ويشتمل هذا المؤلف على خمسة فصول ، واستعان الباحث بمراجع وصل عددها واحد وتسعون مرجعاً عربي وأجنبي تقريباً
 قال تعالى : (إِنْ أُرِيدُ إِلَّا الْإِصْلَاحَ مَا اسْتَطَعْتُ وَمَا تَوْفِيقِي إِلَّا بِاللَّهِ عَلَيْهِ تَوَكَّلْتُ وَإِلَيْهِ أُنِيبُ ﴿٨٨﴾) هود : ٨٨

المؤلف الدكتور / رفعت عارف الضبع

الفصل الأول

التأصيل النظري للمتحدث الرسمي

- ١- مقدمة
- ٢- مفهوم المتحدث الرسمي
- ٣- فلسفة المتحدث الرسمي
- ٤- مهام المتحدث الرسمي
- ٥- استراتيجية المتحدث الرسمي
- ٦- القواعد الذهبية الأربعة
- ٧- الخلاصة
- ٨- ما تفعله وما لا تفعله مع وسائل الاعلام
- ٩- الضغوط التي يتعرض لها المتحدث الرسمي
- ١٠- واجبات المتحدث الرسمي

مقدمة

قد يطلق عليه اسم المتحدث الاعلامي أو الرسمي أو الناطق الإعلامي وكلها ينطبق عليها نفس المعنى، فالمتحدث الرسمي تعبير ومصطلح تجده في رئاسة الدولة والوزراء والمجالس النيابية والوزارات تسمع أن هذا هو المتحدث الرسمي باسم الرئاسة أو المتحدث الرسمي باسم مجلس الوزراء أو المتحدث الرسمي باسم وزارة الزراعة أو وزارة التعليم وهو تعبير منتشر ، وهو تعبير مسئول لأنه رسمي ليس تبرعاً ولا متطوعاً ولا مجتهداً ، بل هو شخص يحضر اجتماعاتهم بصورة رسمية ، ويصوغ ما اتفقوا عليه من المعاني وينقلها ، وهو مصدر ثقة عند الناس ، وكذا الحال في الشئون الدولية ، فلكل دولة أو مؤسسة أو جماعة متحدث رسمي باسمها .

أولاً : مفهوم المتحدث الرسمي :

تعددت التعريفات المختلفة للناطق الإعلامي ولكن يمكنني سرد أهم تعريفات المتحدث الإعلامي وفقاً لنماذج بحثية مختلفة بإعتبار أن هذا المؤلف ينظر للمتحدث الإعلامي نظرة شمولية وسنحاول رصد هذه المفاهيم وفقاً للنماذج التي تم اختيارها على اعتبار أنها الأفضل لتوضيح هذا المفهوم .

١. مفهوم المتحدث الإعلامي في إطار نموذج " Advocate "

المحامى أو الشفيع :

إن دور المحامى هو الدور الفعلى للمتحدث الإعلامي أولاً يتطلب حرفة إلا أنه مهنية عالية للحفاظ على استقلاليته ولمعرفة حدوده وامكانياته ، خاصة أنه من الطبيعي كما يري الباحثون أن تكون هناك موانع قوية من ممارسة هذا النموذج المهني ، لأن المتحدث الرسمي كقائم بالاتصال ليس لديه الوقت والموارد الكافية للقيام بتحرياتهم على الوجه الأكمل في إطار هذا النموذج إلا أن هذا لا يمنع من التفوق واكتساب خبرات واسعة .

وقد أكدت دراسات أخرى أن القائم بالاتصال المحترف يجب أن يحسب عامل المجازفة في فرض قناعاته الشخصية في رسالة .

٢. مفهوم المتحدث الإعلامي كمصدر للرسالة الاتصالية " Resource "

هذا المفهوم مرتبط إلى حد ما بنموذج " حارس البوابة " وذلك بإعتبار أن نموذج حراسة البوابة مع كل شخص في النظام الاجتماعي ممكن أن يعمل كمحفز للآخرين ، والبوابة باعتبارها نقطة قرار من وإلى تتضمن مختارات من بين عدد كبير من الرسائل ، وكثيراً ما يقابل اختيار الرسالة الواحدة عدة بوابات وعدة قرارات ، وهنا من الممكن أن تلعب عملية الاختيار عمل مصدر معلومات ، وذلك لأن طبيعة الاختيار من الممكن أن تؤثر على ما حدث للرسالة في لحظة اختيارها نتيجة للقوي حول البوابات .

ويرجع بعض الباحثون دوافع اعتبارهم المتحدث الرسمي كقائم بالاتصال مصدر الرسالة الاتصالية ليس بسبب مسؤوليته عن استقبالها وجمعها ، ولكن بسبب مسؤوليته عن اختيارها ، وهو الأمر الذي يمكن أن ينطبق إلى حد كبير على المتحدث الإعلامي وذلك لأن مسؤوليته الأساسية هي اختيار الرسالة كمصدر لها فهو الذي يدعو إلى انعقاد مؤتمر صحفي أو غيره مع سياسات الجهة التي يعمل لها

ثانياً : المتحدث الرسمي :

تعريفه :

وأقرب تعريف له بأنه المذيع نظراً للتشابه الكبير في طبيعة العمل والمهنة ومواثيق الشرف في لغتنا العربية وردت الإشارة إلى كلمة مذيع مرتبطة بالفعل أي العمل الذي يؤديه والوظيفة التي يقوم بها فكلمة " مذيع " هي اسم الفاعل من " أذاع " وهي تعني " الذيع " والمصدر " إذاعة " أي الانتشار أو النشر أو إعلان ما كان خافياً أو غير معروف فالمذيع هو أن يشيع الأمر وأذاعت بالأمر إذا أفشيتة وأظهرته وأذاع الخير أي فشا وانتشر وعلي ذلك يكون المتحدث الرسمي وفقاً لهذا الأساس اللغوي هو الشخص الذي يحترف نقل وتقديم المعلومات بصوته إلى الجماهير بواسطة الإذاعة أي الراديو والتلفزيون والصحف والندوة والمؤتمر الصحفي وبطريقة تخضع لمواصفات معينة

وهنا التعريف يشتمل علي العناصر التالية :-

١. إنه عمل يقوم علي نقل وتقديم المعلومات بالصوت والصورة والكتابة والاتصال المباشر .

٢. الاحتراف بمعنى أن يكون هذا العمل هو الوظيفة والحرفة والعمل الذي يؤديه الشخص.

٣. أن يتم هذا العمل من خلال الإذاعة (الراديو أو التلفزيون) والصحافة والاتصال المباشر

٤. أن تخضع عملية نقل المعلومات صوتياً لمواصفات معينة هي التي تفرق بين عمل المتحدث الرسمي " Announcer " وكلا من الممثل - الواعظ - الخطيب.

فالمتحدث الرسمي في الإذاعة المسموعة هو حلقة الإيضاح التي تربط بين الإذاعة والجمهور وبدونه لا يكون هناك سوي الصمت أو الشوشرة التي لا تعني شيئاً وهو صوت الإذاعة المميز انه وسيلتها إلى توصيل رسالتها والاتصال بجمهورها المستهدفة وهؤلاء لا يتعرفون على الإذاعة إلا من خلال أصوات مذيعيها وما يقدمونه من نشرات أخبارية - مقابلات - ندوات موسيقي - أحاديث وغيرها.

والمتحدث الرسمي شخصية كاريزمية " Charismatic " أي أنه شخصية مبدعة موهوبة Talented موهبة إلهية لا تصنع والموهوبة حقيقة صفة لا بد من توافرها لدى المذيع فإن الصوت العذب موهبة والقدرة على الإبداع موهبة والمتحدث الرسمي هو ذلك الشخص الذي يتحدث إلى جمهور من خلال أجهزة الإرسال الإلكترونية لإحدى محطات الراديو والتلفزيون وعبر موجات عامة " Publicwaves " إلا أن هذا التعرف بعد تعريفا عاما ولا يمكن أن يقدم وصفا دقيقا للأعمال المتخصصة للمتحدث الرسمي فهناك المذيع :

New scaster	كقاريء النشرة
Anchorman	المتحدث الرسمي الرئيسي (الربط)
Reporters	المتحدث الرسمي للعرض الاخباري
Narrator	المتحدث الرسمي كمعلق (راوية)
Commentater	المتحدث الرسمي كمعلق (سياسي)
Sportcastor	المتحدث الرسمي كمعلق رياضي
Disk jockey	المتحدث الرسمي كمعلق فني
Intorviewer	المتحدث الرسمي كمحاور في البرامج
Commercials annowncer	المتحدث الرسمي كمذيع للإعلانات

ثالثاً : فلسفة المتحدث الرسمي

الناطق الاعلامي باسم المؤسسة

رابعاً : مهام المتحدث الإعلامي :

لنبدأ بالقاء نظرة سريعة على مهام الناطق الإعلامي .

- توضيح مواقف وقرارات الجهة التي يمثلها .
- الدفاع عن الجهة التي ينطق باسمها سواء كانت حكومة أو منظمة أو حزب أو رئيس .
- توضيح فوائد القرارات والمواقف التي اتخذتها الجهة التي يمثلها .
- اقناع الجمهور بتبنى هذه القرارات والعمل بها .
- الرد على المعلومات المغلوطة وتفسير المعلومات الموجودة .
- تسهيل عمل الصحفيين لنقل أخبار ومواقف الجهة التي ينطق باسمها .
- كتابة البيانات والأخبار وتوزيعها .
- تنظيم العلاقة بين الجهة التي ينطق باسمها والأجسام الصحفية .
- الاسهام في التخطيط الإعلامي للحملات الدعائية .
- نقل احتياجات الصحفيين إلى المسؤولين في الإدارة .
- جمع المعلومات لوسائل الإعلام وتوفيرها .
- الدفاع عن إرادته وقراراتها أمام وسائل الإعلام .

استراتيجية المتحدث الرسمي :-

أنا أميل دائماً إلى توضيح المسألة عبر شكل الدائرة حيث يكون مركزها الناطق الرسمي وحدودها مدي البث الذي استطيع الوصول إليه هل الدائرة كبيرة ؟ هل أريد تغطيتها تغطية واسعة تصل إلى الأطراف ؟ أم أريد تغطيتها بشكل عميق يركز على البؤر ؟ من هم الموجودون داخل الدائرة ؟ ماذا أعرف عنهم وعن توجهاتهم ؟ ما هي الطريقة الأنسب للتأثير فيهم ؟ (المستهدفون)

مهما كانت الطريقة وشكل الخطاب ولغته أو أسلوبه من قبيل اللجوء للأمثلة التاريخية أو الاستشهاد بالأمثال وأقوال الحكمة أو الآيات القرآنية والأحاديث مهما كان شكل وغلاف الخطاب .

خامساً : القواعد الذهبية الأربع :- نصائح لمهام المتحدث الرسمي

- (١) دقة دون دخول فى تفاصيل كثيرة غير مهمة .
- (٢) ايجاز مناسب ولكن لا يخفى معلومات أساسية .
- (٣) وضوح ولكن دون تشعب يضيع القضية الرئيسية ويدخلنا فى متاهات .
- (٤) سرعة فى التصرف والادلاء بالموقف أو الخبر أو اعطاء التعقيب وليس سرعة أثناء الحديث .

* رسالة قصيرة sms بكبسة واحدة من هاتفك المحمول وستكون موجودة عند عدد كبير من الصحفيين العاملين للوكالات الرئيسية والفضائيات الإخبارية والمواقع التى تبث رسائل اخبارية قصيرة للمشتركين عبر الجوال ثم بعد ذلك لبقية الصحف والمحطات غير الاخبارية. هذه الرسالة القصيرة يمكن أن ترسل بالبريد الالكتروني والبعض لديه هذه الخدمة على جواله فإن لم يملكها فإنه يستطيع اليعاز إلى أحد مساعديه بارسالها من المكتب لأن عليه فى اللحظات التواجد اما فى موقع الحدث أو بجوار أكبر تجمع للصحفيين حتى يكون متاحاً وجاهزاً.

* الحدث هو أجندة مفروضة وعلى الناطق أن يتعامل معها وبسرعة ولكن ماذا عن الاجندات التى نريد فرضها نحن إنجازات الثورة ، حملة قبيلة قانون معين ، اظهار شخص معين ، شرح الموازنة واقناع الناس بها، لنجاح فرض أى موضوع على أجندة وسائل الإعلام يجب أن يكون مهماً جديداً جريئاً فنياً .

* لا تحاول فرض موضوع غير مهم ، لن تنجح مهما استخدمت من أدوات ، الموضوع مهم لأن الناس تهتم به وليس لأنك ترغب بإثارته ، وإذا كان لابد من إثارته فابدأ بدواعى وأسباب ذلك واستعن بمخاطر عدم إثارته ان كانت هناك مخاطر جديدة فالمواضيع المكررة مملة جداً ولكن بعض القضايا تحمل صفة التجدد أو الديمومة ولذلك ينبغي البحث عن زوايا جيدة لمعالجتها .

* كن جريئاً وفنياً فالناس تعرف الكثير ولست المصدر الوحيد للمعلومة وان تكن جريئاً فغيرك س يحمل هذه الصفة وسيكون أقرب إلى الجمهور فنياً بمعنى أن يجري تقديم المعلومات أو التعقيب بطريقة فنية وجودة عالية صورة وصوتاً وخطاً وشكلاً

وبمظهر لائق ودون انفعال وأيضاً دون برود لا تبد محتداً أو غير مكترث تحدث بجدية تتناسب وأهمية الموضوع .

* إذا كان الموضوع مفروضاً على الأجندة فإن وسائل الإعلام ستسعي ورائك ولن يكون عليك سوي احسان الخطاب وتوجيه وتجنيد الحدث نحو الوجهة التي تريدها ولكن كيف يمكن تجنيد الانترنت في خدمة مساعينا لقرض موضوع معين على الأجندة الإعلامية .

- استغلال اي خبر حول الموضوع ونفعة إلى الواجهة عبر ارساله باشكال متعددة وعناوين متنوعة إلى عدد كبير من الصحف والمواقع.
- إنسانية الموضوع بحيث يجري تداوله عبر مثال بشري حي وتوزيع أرقام هواتف أو عناوين حالات أخرى على الصحفيين كعائلات متضررة .
- يمكننا اثاره نقاش حول الموضوع عبر المنتديات وما أكثرها.
- تزويد مواقع الانترنت باحصائيات تثبت أن هذه الحالة متكررة
- استخدام صور مؤثرة حول الموضوع عبر الفيسبوك أو اليوتيوب.
- استخراج أى نصوص من القانون الدولي أو دستورنا تتعلق بالمسألة المثارة .

فهذا الترتيب التصاعدي لاثارة قضية معينة مهم

اقنع اداً ما من كتاب الراى بالكتابة حول الموضوع مسبقاً .

* ويستكمل بعد ذلك بالدعوة لمؤتمر صحفي وطرح مواقف أو مسودة قانون أو مبادرة أو إجراءات

* للدعوة لمؤتمر صحافي نحتاج دعوات تشتمل على الموضوع واجعله دافعاً للاهتمام ولكن بدون مبالغة قد تعود سلبياً عليك في المرات القادمة اعلان اسم او اسماء المتحدثين فى المؤتمر الصحافي مع مناصبهم وان كانوا غير معروفين فمن الأفضل ذكر نبذة عنهم وعن مدي تخصصهم بالموضوع .

* وجه الدعوات مبكراً عبر البريد الالكتروني والفاكس وتأكد من وصولها ضع فى نهاية الدعوة رقم هاتف مخصص للاستفسار أو التأكيد الحضور ذكر من تريد من الصحفيين بموعد المؤتمر عبر الهاتف قبل انعقاده بساعة او ساعتين جدد التأكيد

على أهمية الموضوع قل لهم انك ستوزع وثائق خلال المؤتمر وانه سيكون هناك مجال لطرح أسئلة نهم إلى مقالات كتبت حول الموضوع .

* مكان سهل معرفته والوصول اليه ومجهز بعدد مناسب من الكراسي وأجهزة صوت يجري اختبارها قبل المؤتمر بوقت كافى واضاءة تسهل عمل المصورين ومجمعات كهرباء سهل الوصول إليها تأكد من وجود عد كافى من الميكروفونات مع وجود ميكرفون متنقل لتسهيل توجيه الأسئلة .

* هل هناك داعى للترجمة وهل ستكون فورية أم أن المتحدث سيتحدث باللغتين تبعاً ، هل سيستخدم المتحدث اى أدوات عرض .

* اختر توقيتاً مناسباً بحيث تضمن أن الصحفيين سيكونون قادرين على الحضور ومؤهلين لاعداد تقاريرهم قبل حلول موعد بثها فى أخبار التلفزيون اختر يوماً لا تكثر فيه الأحداث المهمة مثلاً يوم الجمعة يوم عطلة عند الغالبية ولن يتحرك اى صحفى الا لتغطية موضوع بالغ الأهمية.

* على المتحدث فى المؤتمر الدخول إلى القاعة للحديث مباشرة بعد اكتمال العدد أو توفر عدد مناسب وليعتذر أن كان هناك تأخير .

* يجب إعطاء الأولوية للمحطة التى تبث المؤتمر الصحفى على الهواء مباشرة إن وجدت وذلك من خلال تمكين مراسلها من توجيه السؤال الأول إذا كانت هناك محطة تبث المؤتمر الصحفى على الهواء مباشرة فمن الطبيعي أن ينتظر المتحدث إشارة البدء من أحد العاملين لهذه المحطة .

* عندما يكون المؤتمر الصحفى مشتركاً بين مسئولين من بلدين وحسب درجة أهمية المسئولين فان المكتب الصحفى يكون عادة مسئولاً عن اختيار الصحفيين الذين سيواجهون الأسئلة وعادة ما يعطى لوسيلة الإعلام التى ترافق الضيف الزائر أو تتبع بلده ولوسيلة الإعلام الرسمية في البلد المضيف ثم لاي فضائية تبث على الهواء مباشرة للصحفى الحق بتوجيه سؤال واحد فقط وسؤال متابعة إن كان ضرورياً على المتحدث أن يواجه الكاميرا جيداً، أن يتعامل مع الصحفيين بأسمائهم اظهارة للمودة أن يقلل من حركاته كان يحك انفه أو يفرك أصابعه وأن يعلم ان كل ما سيصدر عنه سيعتبر مادة للنشر .

* لا تقرأ من الورقة فقط استخدم ورقة صغيرة عليها رؤوس أفلام أو عناوين لمحاور الحديث ، لا تطل الحديث ، افتح مجالا للأسئلة ، وزع الوثائق خلال المؤتمر أو في بدايته ولا تنتظر حتى نهايته لأن عدد كبير من الصحفيين سيغادر قبل الختام .

* كن إيجابياً ومسئولاً ولا تكثف بتوجيه الانتقادات ولديك حضوراً جيداً حتى تزداد ثقتك بنفسك .

* البس ملابس مريحة وأنيقة وابتعد عن الصراعات وقم بعمل بروفة وتوقع أسئلة محررة وحضر لها اجابات لكي تتفادى اى مفاجآت .

سادساً : الخلاصة

* يجب مراعاة المسائل التالية على الدوام:

- المعرفة حق الجمهور ، ويمكن له أن يعرف من مصادر أخرى .
- الجمهور ذكي وهو صاحب مصلحة.
- لست وحدك في الميدان ، والكذب والغموض والتهرب لا يفيدك بل يفيد منافسيك .
- أساس الثقة بالنفس هو القناعة بالموقف ، الثقة تنتقل للجمهور .
- المصادقية هي رأسمال الناطق الاعلامي والصحفي لا تتخلي عنها مهما كانت الظروف ، بإمكانك أن تصمت ولكن ليس بإمكانك أن تذكر أكاذيب الا ان أردت انهاء حياتك المهنية دون مجرد كتاب شكر .
- كن مستعداً دائماً للعمل ، لا تقفل جوالك ولا تتجنب الرد على المكالمات وان كنت مشغولاً فابلغ المتصل أنك ستعود إليه وعد له فعلاً ولا تهمل الرد على بريدك الالكتروني ولو بعبارة بسيطة ، استخدم ورقاً مروساً لا تنسى التاريخ ووقع على الأوراق باستمرار.
- كن دائم الاطلاع والسعي لمزيد من الثقافة .
- حاذر من المصطلحات لا تستخدم مفردات لا تعرف معناها الحقيقي ، لا تتحدث بلغات أخرى ان كنت لا تجيدها ، توقف فترة لمراجعة النفس والقدرات وتجديد القناعات واختبار مستوي مصداقيتك .
- تجنب ال نحن وال أنا لأن مردودها سلبي .

- تجنب الاغراق في إيراد الأرقام .
- احتفظ بنسخة الكترونية وأخرى ورقية لكل الأشخاص الذين تحتاجهم مع أرقامهم وعناوينهم وفاكساتهم ومناصبهم الرسمية .
- سابعاً : ما تفعله مع وسائل الإعلام :-
 - قل الحقيقة دائماً .
 - كن صادقاً ودقيقاً لتكسب المصداقية .
 - اعترف إذا لم تكن تعرف الجواب ، واعرض الحصول على الجواب وافعل ذلك بأسرع ما يمكن .
 - قم بتصحيح الأخطاء على الفور ، أوضح أنك لم تقدم جواباً كافياً وأنك ستعمل على توضيح الأمور .
 - تجنب استخدام اللغة المزيفة ، تحدث بلغة واضحة .
 - افترض أن كل ما تقوله رسمي وللنشر .
 - كن صريحاً قدر الإمكان .
 - قم بالاتصال إذا اتضح عدم صحة الخبر .
 - أوضح بلطف الخطأ الذي وقع وادعمه بالأدلة .
 - احتفظ بقائمة للإنجازات ، قم بتحديثها باستمرار تحدث الأمور بسرعة وقد تنسي ما انجزته أنت والمسئول .
 - قم دائماً بالرد على المكالمات الهاتفية ، أو كلف بالرد عليه .
 - حاول الحصول على المعلومات التي يريدها الصحفيون .
 - حافظ على روح الدعابة .
 - قد يطلب البعض مقابلة خاصة على هامش المؤتمر اما أن تلبي طلبات الجميع واما أن تعتذر.
 - سجل وقائع المؤتمر الصحفي كاملة ، تابع كيف غطت وسائل الاعلام هذا المؤتمر و أشكر من أجاد في التغطية .
 - راجع الصحفي الذي اخطأ ولكن بلطف وطلابه بالتصحيح وان رفض فألجأ إلى رئيسه ولكن ان كان التصحيح سيفتح باب التأويل والتفسير فتجنب ذلك واكتف بالعتاب .

ثامنا : ما لا تفعله مع وسائل الإعلام

- لا تكذب أبداً .
- لا تقل " لا تعليق " أبداً .
- لا ترتجل ، ولا تخمن .
- لا تدل بتعليق " لعدم النشر " بعد أن تكون قد أدليت به .
- لا تكن غير متجاوب .
- لا تصنع أخباراً ما لم تكن لديك معلومات .
- تراجع أو صحح الخطأ ، والمسئولون الجيدون يفعلونه .

تاسعا : الضغوط التي يتعرض لها المتحدث الرسمي كقائم بالاتصال :

أن المتحدث الاعلامي بإعتباره القائم بالاتصال سواء كان حارساً للبوابة أو مبدعاً ، أو محامياً ، أو يتعرض لضغوط تؤثر كثيراً على عمله وأدائه .
هذه الضغوط لا يمكن تجاهلها أو التقليل منها أثناء الحديث عن القائم بالاتصال في أى وسيلة اتصالية ، وفي إطار ذلك لابد من الخوض في الضغوط التي يتعرض لها القائم بالاتصال وتأثيرها على عمله .

ولقد بينت بعض البحوث أن المتحدث الإعلامي في كونه القائم بالاتصال يمثل هدفاً للضغوط المختلفة خصوصاً في دول العالم الثالث ، وهذا يرجع لوضعيته في النظام الاتصالي وأهميته الوظيفية التي يقوم بها في هذا الإطار ، وتختلف هذه الضغوط باختلاف مصادرها ، وتتمثل الضغوط التي يتعرض لها القائم بالاتصال في نوعين :

(١) عوامل خارجية

- السلطة السياسية .
- الجمهور .
- نظام المجتمع .
- النقـاد .

(٢) عوامل داخلية

- ضغوط سياسة المؤسسة .
- ضغوط الإنتاج .

- الضغوط المهنية .
- ضغوط شخصية وأهمها ميوله واتجاهاته ومدى إمكانية تعبيره عنها .
- ضغوط المصادر .

وهذه الضغوط مجتمعة أو متفرقة رغم عدم تشابهها وتضاربها تؤثر على عملية الاتصال ، وتؤثر أيضاً على نوعية الحقائق والوقائع التي من حق المجتمع والجمهور أن يكون على علم بها .

وفيما يخص الضغوط الواقعة على القائمين بالاتصال من قيم المجتمع وتقاليد ، يرى " W.Breed " أن القائم بالاتصال قد لا يقدم أحياناً تغطية كاملة للأحداث التي تقع حوله ، وذلك ليس تقصير أو إغفالاً لدوره في المجتمع ، بل هو تعمد منه قد يكون نابعاً من ضميره واحساسه بالمسؤولية ، وذلك للمحافظة على بعض القيم الاجتماعية .

كما أن مسؤوليته تجاه المؤسسة التي يعمل لها تتطلب منه تحسين صورتها أمام الرأي العام وقد يتطلب منه اخفاء بعض الأمور بشكل نكبي بحيث لا تتعرض الجهة التي يعمل فيها إلى أي مسألة من الرأي العام وهذا يعتبر من أصعب الضغوط التي يتعرض لها المتحدث الإعلامي حيث قد يجد نفسه يدافع عن هذه الجهة بكل قوته وإن كان متأكداً أنها مخطئة ، فهذا يعتبر ضغطاً نفسياً رهيباً مع المتحدث الإعلامي .

عاشرا : واجبات المتحدث الرسمي:

ونقصد بواجبات المتحدث الرسمي مهامه التي توكل إليه من قبل المؤسسة التي يعمل بها وتتلخص هذه الواجبات في المهام الآتية :-

- ١- تنفيذ البرنامج اليومي للمؤسسة
- ٢- الاطلاع على كل ما يخص المؤسسة من خلال وسائل الإعلام.
- ٣- التحدث نيابة عن المؤسسة التي يعمل في جميع المناسبات وخاصة لدى وسائل الاعلام
- ٤- كتابة تقارير المذيعين والإعلاميين.

٥- تدوين الملاحظات علي كل ما ينشر ويبت في أجهزة الاعلام
يخص مؤسسته .

٦- قراء مواد التعليق علي الأفلام التسجيلية.

حادي عشر : مسئوليات المتحدث الرسمي :

ونقصد بها الوجبات التي تحكم أدائه لمهامه أي أن المسؤولية هنا تكون بمثابة الإطار الذي يتم العمل في نطاقه وأولي هذه المسئوليات نحو جمهوره فعليه أن يكون معلماً أي يؤدي دوره في إعلام الناس وإخبارهم وأن يكون موضوعياً وصادقاً وأميناً.

❖ أيضاً هناك مسؤولية المتحدث الرسمي تجاه المؤسسة التي يعمل بها وتجاه مجتمعه في نفس الوقت فهو ملتزم أن يجسد أهداف مؤسسته ويعبر عن سياستها فضلاً عن ضرورة الالتزام بالضوابط الأخلاقية التي تحكم عمله باعتبار أن يدخل كل بيت ولذلك فنجد بعض المحطات تفرض نوع من الرقابة علي المواد التي ترد إليها من الخارج قبل تقديمها كذلك فقد حرصت بعض الإذاعات علي وضع نوع من موثيق الشرح وبعض الأخلاقيات لهذه المهنة وضرورة الالتزام بأسس وقواعد معينة مثل :-

١- منع تقديم وإذاعة المواد التي تتعلق بالجريمة والجنس باستثناء الجرائم ذات الطابع العام مثل حوادث اختطاف طائرات أو الإرهاب الدولي وغير ذلك.

٢- عدم تقديم المواد التي من شأنها إشاعة الذعر والفوضى بين الناس.

٣- الحذر من تقديم المواد الخيالية علي أنها حقائق وإلا نتج عن ذلك العديد من الكوارث والمخاطر.

٤- الامتناع عن الخوض في الأسرار الذاتية والخاصة بالأفراد وعدم تناولها بأي صورة من الصور.

٥- تجنب تقديم المواد التي تشجع علي المقامرة الإمتناع عن تقديم بعض المواد تتضمن السخرية من بعض المهن أو الحرف المختلفة إلي غير ذلك.

٦- مراعاة الموضوعية وعدم الذاتية تجاه المسائل والقضايا الأخلاقية بين الناس

٦- باعتبار أن الإعلام جهاز قومي موجه للناس عموماً ولا ينبغي الانحياز لوجهة نظر دون أخرى.

٧- أن يبتعد الإعلاميون الدعاية التجارية لسلعة معينة في البرامج العامة إلا إذا كان هناك إعلان وافقت عليه المحطة مقابل أجر حصلت عليه.

٨- كذلك لا ينبغي القيام بالدعاية الشخصية للأفراد إلا إذا كان ضمن الحملات الانتخابية لمناصب معينة في مؤسسة وهيئات معينة ومتفق عليها من قبل المؤسسة

٩- لا يذيع أي مادة غير معتمدة أو مدونة ومقررة في البرنامج وعموماً : فالمتحدث الرسمي يقوم بالرد على أسئلة الاعلاميين والمواطنين والتعليقات السياسية.

رابعا : الصفات الأساسية للمتحدث الناجح

نتناول في هذا الجزء بإيجاز بعض الصفات الأساسية في المتحدث على ضوء ما ركزت عليه الكتابات وآراء الباحثين ليحقق أكبر قدر ممكن من النجاح في عملية الاتصال وهي كالآتي:-

(١) الاتزان العاطفي والتوافق النفسي :

يتطلب نجاحك كمتحدث رسمي أن تتصف بالهدوء وان يكون لديك القدرة على التحكم في غضبك وانفعالاتك ، ويمكن تنمية هذه الصفة من خلال ما يلي :

- الالتزام بالموضوعية في دراسة الأحداث والوقائع وتحليلها .
- تجنب الوقوع في محاولات الاستفزاز والإثارة من الطرف الآخر ، وخاصة عندما تدرك أن الطرف الآخر يخطط لإيقاعك في مصيدة التوتر والإنفعال .

- تأكد من اقتناعك بأن حالات الغضب والانفعالات غير المدروسة يترتب عليها توتر في جو الاتصال ويترك آثاراً سلبية لدى الطرف الآخر .

- تيقن من إدراكك بأن عدم تحكمك في أعصابك وغضبك غير المحسوب يجعلك في موقف نفسي يمكن الطرف الآخر من استغلال أي فرصة

للحصول على معلومات وبيانات سرية لا تود أن تعلن عنها للطرف الآخر .

• تجنب مقاطعة الطرف الآخر عند انفعاله والتزم بالهدوء ، وكذلك تجنب النظر إليه باستغراب أو ازداء ، وتأكد أن تركه حتي ينتهي من حالة الانفعال يحقق نتائج لك منها ما يلي :

- أ- دفع الطرف الآخر على احترامك .
- ب- تهيئة الطرف الآخر للاسماع لك .
- ج- اقتناع الطرف الآخر بحرصك على استمرار التواصل معه

(٢) المنطق والموضوعية :

يتطلب نجاح المحدث الرسمي بأن يتصف بالمنطقية في تفكيره والالتزام بالموضوعية في تناوله للموضوعات .

ويمكنك كمحدث رسمي أن تدعم خاصية الالتزام بالمنطق والموضوعية من خلال ما يلي :-

- (١) تعرف بدقة على احتياجات الطرف الآخر وآماله ورغباته ومخاوفه ، ثم خذها في الاعتبار في كافة مراحل عملية الاتصال معه .
- (٢) اهتم بتحديد وعرض الحقائق ، وخاصة تلك التي تلقى قبول الطرف الآخر وتخدم عملية الاتصال .
- (٣) ركز في الحوار على القضايا والموضوعات وليس على الأشخاص
- (٤) إبرز الأدلة المنطقية والحجج والتبريرات العقلية عند مناقشة الموضوعات والقضايا أو عرض مقترحات وبدائل محددة .
- (٥) تعامل مع الطرف الآخر على اعتبار أنه شريك يسعى للتوصل إلي إتفاق يحقق مصلحة الطرفين على قاعدة اكسب واكسب (Win - Win - Situation) .
- (٦) تأكد من الواقعية وعدم المبالغة في تحديد أهدافك ، لأن ذلك يجعل الطرف الآخر أقل قدرة على التحفظ على هذه الأهداف .

٧ . من الملائم في بعض الحالات أن تعترف بالصعوبات والمشكلات التي تواجه الطرف الآخر .

٨) يجب أن تتأكد من سلامة وموضوعية ما تتمسك به من أخلاق وقيم ومبادئ ، و عليك أن تتذكر دائماً أن الآخرين مثلك لديهم ما يعتقدون ويؤمنون به ، وقد يكون بدرجة أعمق ، وأن لديهم أيضاً مجموعة من الأخلاق والقيم والمبادئ التي يتمسكون بها ويحرصون على الالتزام بها وربما القتال من أجلها .

(٣) الثقة الموضوعية بالنفس :

لا تقتصر الثقة بالنفس ، كأحد متطلبات نجاح الاتصال التفاوضي علي ثقتك بنفسك ، وإنما تشمل أيضاً ثقتك بالأطراف الأخرى ، حيث تؤدي الثقة بالنفس والطرف الآخر في عملية الاتصال إلي تهيئة جو ودي متوازن لعملية الاتصال التفاوضي ييسر التعاون والإتفاق بينهم ، وترتبط الثقة الموضوعية بالنفس والطرف الآخر بإعتبار المصادقية في التعامل من خلال الممارسات السابقة التي تؤكد من خلال معلومات دقيقة كافية ، الإلتزام بالإتفاقات والوفاء بالعهود وبصفة عامة يمكنك تنمية ثقتك بنفسك والطرف الآخر من خلال :

١) بناء على علاقات من الود والتفاهم مع أطراف الاتصال من خلال الاتصالات الشخصية غير الرسمية .

٢) توفر بيانات تاريخية متصلة عن الاتفاقات والنشاطات والممارسات وتحليلها بعمق للتأكد من وجود واستمرار الإلتزام واحترام المواثيق

٣) دراسة الامكانيات المادية والفنية لدي أطراف الاتصال والتعرف على اتجاهات العناصر البشرية المشاركة في الاتصال للتأكد من توافر متطلبات الثقة والمصادقية .

٤) تحقيق قدر ملائم من التوازن المدروس بين الثقة وافترض حسن النية وسلامة المقاصد من جهة ، والأخذ بسياسة الترقب والحيطه والحذر من جهة أخرى كما يقول الخليفة الراشد عمر بن الخطاب رضي الله عنه (والمقصود : لست بالمخادع ولا الخادع يخدعني !)

مواصفات المتحدث الرسمي .

١. أولاً : اختيار المتحدث الرسمي.
٢. ثانياً : الشروط الواجب توافرها فى المتحدث الرسمي.
٣. ثالثاً : السمات الواجب توافرها فى المتحدث الرسمي.
٤. رابعاً : صفات المتحدث الرسمي.
٥. خامساً : وظائف المتحدث الرسمي.

أولاً : اختيار المتحدث الرسمي:

المتحدث الرسمي مهنة يشترط فى ممارستها خصائص شخصية وذهنية ومثل أخلاقية مهنية تحافظ على الحقوق، وتساعد على استقرار العلاقات فى المجتمع، وفعالية التغيير إلى مجالات إنسانية أفضل.

ومن المعروف أن لكل مهنة أخلاقياتها، ويقصد بذلك مجموع القيم والمعايير والأنماط الأخلاقية التى تمثلها المهنة ويتخذها المشتغلون بها نبراساً لهم فى أداء مهمتهم، والأخلاق شأنها فى ذلك شأن أى لون من ألوان المعرفة لابد أن تركز فى عصر العلوم الوضعية على دعائم هذه العلوم، وهى الملاحظة، والتجريب، والأصول العلمية بوجه عام.

والمفترض فى أى مهنة إنسانية أنها تقوم على القيم الاجتماعية والأمانة والصدق من ناحية الشكل والجوهر. فالجانب الشكلى نقصد به هنا المقومات الظاهرة لأساليب الاتصال الفردى والجماعى وهو النوع الذى يدعو بطبيعته إلى الثقة. أما ناحية الجوهر فعنى أن يكون المضمون مستنداً على حقائق تدعمها الوثائق والبحوث والدراسات التجريبية.

يقتضى العمل فى ميدان المتحدث الرسمي ضرورة اختيار العاملين فيها اختياراً دقيقاً، لأن مسئولياتهم أصبحت ضخمة وخطيرة، والمقصود بالاختيار هنا هو اختيار أفضل الأفراد المتقدمين للعمل بإدارات المتحدث الرسمي ووضعهم فى المكان المناسب، وتوجيههم إلى أداء العمل أو النشاط الذى يتلاءم مع مواهبهم

وقدراتهم واستعداداتهم ومؤهلاتهم. وهذا من شأنه أن يؤدي إلى حسن الأداء وتخفيض النفقات والارتقاء بالمهنة نفسها. كما ينتج عنه تحقيق الفرد لذاته في ميدان العمل وتكيفه وتوافقه مع محيطه وسلوكه بالطريقة التي تتفق مع فكرته عن نفسه، وشعوره بالسعادة والرضا عن نفسه وعمله وغيره.

ونستطيع أن نلخص خطوات الأسلوب العلمي في اختيار العاملين في إدارات المتحدث الرسمي فيما يلي :

- ١- تحليل وظائف المتحدث الرسمي وتحديد المهارات والاستعدادات والمؤهلات الواجب توافرها في الفرد الذي يستطيع القيام بها بكفاءة.
- ٢- تحليل الأفراد المتقدمين لتحديد مهاراتهم واستعداداتهم وقدراتهم ومعرفة مؤهلاتهم.
- ٣- المماثلة بين مقتضيات وظائف المتحدث الرسمي وخصائص الأفراد المتقدمين بحيث يرشح كل فرد منهم لممارسة النشاط الذي يتلاءم مع مهاراته واستعداداته وقدراته ومؤهلاته.

إن الجهد الموفق في العلاقات يعتمد دائماً على التفاعل المستمر بين مختلف أنواع المواهب والمهارات في الإدارة والبحث والإنتاج.

فالنجاح الأسى للتنظيم يتوقف إلى حد كبير على العنصر البشرى في التنظيم، فالطاقة البشرية هى الشرط الأول اللازم للتنظيم، وليس هناك فائدة من إنشاء تنظيم على أسس وقواعد علمية دون توفر الكادر البشرى المؤهل للقيام بالواجبات التي يحددها التنظيم.

إن النجاح في اختيار العاملين في أجهزة المتحدث الرسمي يتوقف أساساً على الفهم الواضح لما تتوقعه المؤسسة من هذه الأجهزة ومن العاملين فيها، وهذا التوقع يمثل الهدف الذى يجب أن يؤخذ بعين الاعتبار عند إعداد الخطط والبرامج الخاصة بإمداد جهاز المتحدث الرسمي بالعاملين ذوى المقدرة والكفاءة.

أما بالنسبة لعدد العاملين فلا يخضع لقانون أو لقواعد ثابتة أو نسبية، فعددهم يتوقف على حجم المؤسسة أولاً وحجم إدارة المتحدث الرسمي ومهامها وطبيعة هذا الجهاز من حيث البساطة والتعقيد وأهدافه وخطته ثانياً.

ثانياً : الشروط الواجب توافرها في المتحدث الرسمي :

لكي يصبح المتحدث الرسمي صالحاً لأداء عمله يجب أن يتفهم الاتجاهات والتطورات التي تحدث في الرأي العام كما يجب أن يكون على علم تام بسياسات الإدارة ومشكلاتها وأن يؤمن إيماناً كاملاً بعمله ورسالته التي يؤديها مستيقظاً لما يدور حوله داخل المؤسسة وخارجها من أحداث تتيح له طريقة الاستفادة من كل فرصة لخدمة الجمهور وتحقيق مصلحة له سواء بنقل معلومات إليه أو بالرد على مايعين له من أسئلة أو بالاستجابة لملاحظاته المعقولة أو بأداء خدمة واقعية له وهذه الیقظة أيضاً تتيح له فرصة البت السريع في العمل وهي صفة أساسية للمتحدث الرسمي أن يبت مثلاً في مدى أثر نشر خبر في نفوس الجمهور أو في مشكلة تتعلق بفرد من الأفراد أو في اقتراح باتخاذ إجراء من الإجراءات وهو بمقتضى هذا البت السريع سيتصرف على الفور ولهذا فإن الظروف تدفعه دفعا إلى أن يحصل على أكبر قدر ممكن من الثقافة بكل ما حوله وببنفسية الجماهير بوسائل التأثير فيها وبالتنظيمات الإدارية والفنية التي تمكنه من أداء عمله على الوجه الأكمل ونجاح المؤسسة التي يخدمها.

ولابد من توافر شروط معينة في المتحدث الرسمي :

أ : شروط موروثية :

تتعلق بالدوافع الفطرية وهي الأساس الأول للسلوك الإنساني، وتظهر هذه الدوافع بعد الولادة مباشرة ولا تكون نتيجة خبرة أو تعلم أو تجربة وذلك كان يكون شخصيته مكتملة وذات نضج عاطفي وذاكرة قوية وعقلية منظمة ومؤدباً ولبقاً، سريع الخاطر، مخلصاً، حازماً، شجاعاً، مقداماً، متفائلاً، هذه شروط لابد من الواجب توافرها في المتحدث الرسمي.

ب : الشروط التعليمية :

وهي تتضمن الحد الأدنى من المستوى التعليمي وكذلك التعليم والتدريب الجامعي والذي يؤهل المتخصص في المتحدث الرسمي للعمل في هذا المجال ولاشك أن التعليم الأكاديمي يساعد على نجاح المتحدث الرسمي ويستحسن أن يكون قد حصل على درجة جامعية في الإعلام أو الآداب أو التربية النوعية وأن يكون قد حصل على المواد الآتية : (اللغات- الصحافة- علم النفس- علم الاجتماع- علم الأجناس- الفلسفة- المنطق- الإدارة العامة- القانون- الاقتصاد- إدارة وتنظيم المشروعات- التسويق والإعلان- الإحصاء النظري والتطبيقي- المتحدث الرسمي المبادئ- التطبيق).

ج : الشروط المكتسبة

وتختلف هذه عن الدوافع الفطرية في أنه لا يولد الإنسان مزود بها ولكنها تكون نتيجة لحياة الفرد في بيئة معينة وتأثره بها. وتحقق كل من الشروط التعليمية والمكتسبة صفات يحتاج إليها المشتغل بالمتحدث الرسمي : هي القدرة على الإدراك الواضح وعلى التنظيم والحكم العادل الموضوعي، والقدرة على تقدير المواقف والتنبؤ على مقاومة الضغوط والمرونة والقدرة على التعامل مع المشاكل المختلفة.

وتحقيق الشروط الثلاثة السابق ذكرها لابد أن يكون العامل في مجال المتحدث الرسمي اجتماعياً بطبعه وعنده القدرة على الإقناع والاعراض وعلى الكتابة والخطابة وأن يعترف بالخطأ إذا وقع فيه ويرجع عنه.

ومنذ سنوات أجرى استفتاء للمتحدثين الرسميين على المهارات والصفات التي يجب أن يتصف بها المتحدث الرسمي.

وظهرت نتائج هذه الدراسة وجاء فيها ما يقرب من ٩٠% من المبحوثين أكدوا على أن القدرة على الكتابة هي أكثر المهارات أهمية وذكر أحد المبحوثين أنه في كل مرة يقوم فيها بعمل فإنه ينتهي بكتابة كلمات على ورق وقد يكون ذلك في شكل خطابات وخطب ومطبوعات وقصص ونشرات وتقارير. وتأتي مهارة المعرفة

بفن التصميمات المطبوعة بعد القدرة على الكتابة ويقصد بالتصميمات المطبوعة القدرة على تنفيذ مشروع من خلال تصور الفرد له ثم القيام بطبعة وقد ذكر أحد المديرين أن كثيراً من المشاريع يتأخر تنفيذها بسبب كثرة التكاليف أو لأن من يقوم بها لا يعرف شيئاً عن فن الطباعة.

ثالثاً : السمات الواجب توافرها فى المتحدث الرسمي :

أما الصفات الأساسية التى ينبغى توافرها فى المتحدث الرسمي أياً كان مجال عمل المؤسسة فهي :

١- الجاذبية : ويقصد بها ساحة الوجه ورقة الحديث وتناسب القوام وحسن الهمد.

٢- القدرة على تكوين علاقات طيبة بالقادة والمسؤولين والنقابات.

٣- القدرة على الابتكار وإيجاد الحلول المناسبة للمشكلات.

٤- الإحساس العام : أى أن تكون لديه القدرة على الشعور بمدى توافقه مع الآخرين أو، وأن يعرف متى يدافع أو يهاجم ومتى ينتظر ظروفاً أفضل للدفاع أو الهجوم، كما أن الحرص ضرورى حتى لا تؤدى زلة لسان إلى مشكلات يصعب حلها.

٥- حب الاستطلاع : لا بد أن تتوافر للمتحدث الرسمي الرغبة المستمرة فى أن يعرف عناصر الأحداث، ماذا؟، لماذا؟، كيف؟، متى؟، أين؟، من؟، فبدون ذلك لن يحصل على الحقائق ولن يكون قادراً على تفسير الأحداث.

٦- الكياسة : يتوقف نجاح المتحدث الرسمي على مدى تأثيره فى تفكير الآخرين وهو ما يتطلب قدراً من الدقة والكياسة، فالغلظة دائماً تولد الامتعاض والاستياء.

٧- الاتزان : يتضمن نشاط المتحدث الرسمي الاتصال بالأفراد وخلق انطباع طيب لدى الجماهير عن المؤسسة التى يمثلها المتحدث الرسمي. والاتزان هو أحد مكونات هذا الانطباع الطيب بالإضافة إلى أنه يساعد المتحدث الرسمي

على مواجهة المشكلات فى هدوء واتخاذ السياسات الحكيمة التى تودى إلى التغلب عليها.

٨- الاهتمام بالآخرين : أى أن يكون القائم بهذه الوظيفة محباً للآخرين مقبلاً عليهم لكى يتعرف على طريقة تفكيرهم وأساليب التأثير فيهم.

٩- الموضوعية : وهى القدرة على النظر بتجرد عن الذات إلى المشكلات المعروضة والتوصيات المطروحة وأسلوب العمل، والتعرف على العيوب حتى لو كان مصدرها الشخص نفسه، وعدم التحيز لأى فريق على حساب الآخرين.

١٠- الحماس : المتحدث الرسمي عملية مستمرة لعرض الأفكار إلى الآخرين والتأثير فيهم، وما لم يكن متحمساً لما يعرض فأولى بالمتلقي أن يزهد فى الأخذ منه.

١١- الاستمالة : حيث أن الهدف من التأثير فى الآخرين يتضمن تغيير أفكارهم، فلا بد للمتحدث الرسمي أن يكون قادراً على استمالة الغير للأفكار التى يعبر عنها، ويستطيع أن يحلل وجهات النظر المعروضة ويكشف ما فيها من ثغرات قبل أن يقدم أفكاره بطريقة مقنعة.

١٢- الاستقامة : لا مكان للدجل والشعوذة فى عمل المتحدث الرسمي، ولهذا لا بد أن يكون المتحدث الرسمي أيضاً مهذباً مخلصاً لوظيفته لأن نجاحه مرهون بثقة الناس فيه.

١٣- الخيال الخصب : المتحدث الرسمي وظيفة خلاقة تعتمد على الابتكار فى مواجهة المشكلات الجديدة والتغلب على الآراء المعارضة أو إضعافها لكسب فئات المترددين.

١٤- الشجاعة فى مواجهة الرئيس بأخطائه : من المطالب الأساسية للمتحدث الرسمي، فحينما يضعف المتحدث الرسمي عن مواجهة رئيسه بأخطائه فإن علاج المشكلات الناتجة عن هذه الأخطاء يصبح مستعصياً ويزداد الأمر

سوءاً عندما يداهن المدير رئيسه ويدافع عن أخطائه ويتحول إلى تابع لا يعرف إلا أن يقول نعم دائماً لكل ما يصدر عن هذا الرئيس.

١٥- النشاط : المتحدث الرسمي عمل دائم وأنشطة متعددة وبحث مستمر عن مشكلات المنظمة وجهد دائم لمواجهتها، وهذا يعنى أن يكون المتحدث الرسمي نشيطاً وقادراً على العطاء بجهد وافر وبذل كبير، ومن الخطأ أن يكون خاملاً.

وبشكل عام فإن المتحدث الرسمي لا بد أن يتميز ببعض الصفات والمميزات لما لهذه الوظيفة من أهمية، ويعطى أحد الخبراء بعلم النفس وصفاً عاماً لصفات المتحدث الرسمي هو : القدرة على النظر إلى المسائل من وجهة نظر شخص آخر، والعمل بما يعود بالنفع على هذا الشخص، والقدرة على تبين التفاصيل وعلى أداء الأشياء تلقائياً، والرغبة فى مساعدة الآخرين، وليس فى معنى هذا تبادل المجاملة، وإنما عن طريق التعرف على هوية مصالح الآخرين كما ينبغى أن يتسم المتحدث الرسمي، عادة بروح الصداقة، والبعد عن الغرور والإعجاب بالذات، نسبياً.

إن الذى يعمل فى مجال المتحدث الرسمي مؤثر بالفعل فى الحياة الاجتماعية والرسمية، فعليه أن يلتزم القصد والرصانة والجد فى أحاديثه وأعماله، يتجنب التفاخر والمباهاة، وعليه أن يلتقى مع الناس فى صعيد واحد على قدم المساواة متجاوزاً للفوارق الثقافية والاجتماعية، بل يجب أكثر من ذلك، أن يكون ودوداً، فإن خير ما يتسم به المرء فى المعاملات هى صفاته الصريحة، الخالية، الخالية من الادعاء، وهذه تميزه عن غيره ممن يتظاهرون بالكبر والزهو.

وأن يتميز المتحدث الرسمي بالصبر والحرص والأمانة والسمعة الطيبة والهدوء، والمرونة وغيرها من السمات الذاتية الخاصة لكونها تؤثر بدرجة كبيرة فى مهمته إضافة إلى أن هذه الصفات هى أصلاً صفات اجتماعية مستحبة فى العالم كله.

وليس صحيحاً ما يعتقد البعض من أن المتحدث الرسمي مجرد شخصية مرحة، تحسن الاستقبال والترحيب، وتشد على أيدى الضيوف، إذ أنه أعمق من ذلك بكثير، فهو خبير بالنفس البشرية دارس لاستجاباتها وتصرفاتها في المواقف المختلفة، كما أنه يعرف الكثير عن العقبات التي تقف في سبيل الإقناع كالتعصب والكراهية والعقد النفسية، والأنانية، وتضارب المصالح وغير ذلك.

ومن أجل أن يكون المتحدث الرسمي صالحاً لأداء عمله عليه أن يتفهم الاتجاهات والتطورات التي تحدث في الرأي العام، كما يجب أن يكون على علم تام بسياسات الإدارة ومشكلاتها، وأن يؤمن إيماناً كاملاً بعمله ورسالته التي يؤديها، متيقظاً لما يدور حوله داخل المؤسسة وخارجها من أحداث تتيح له طريق الاستفادة من كل فرصة لخدمة الجمهور وتحقيق مصالحه سواء بنقل المعلومات إليه أو بالرد على أسئلته أو بأداء خدمة واقعية له، وهذه اليقظة أيضاً تتيح له فرصة اتخاذ القرار السريع في العمل وهي صفة أساسية للمتحدث الرسمي، حيث يتطلب الأمر من المتحدث الرسمي أن يبت مثلاً في مدى أثر نشر خبر في نفوس الجمهور، خلال ثوانى. وكذلك أن يكون المتحدث الرسمي اجتماعياً بطبعه وذا شخصية مكتملة ونضج عاطفى وذاكرة قوية وعقل منظم، وأن يكون مؤدباً لبقاً، سريع الخاطر ولديه القدرة على الاستمالة.

رابعاً : صفات المتحدث الرسمي :

- ١- نضج وتكامل الشخصية جسماً وعقلياً وانفعالياً واجتماعياً.
- ٢- الذكاء العام، والقدرة على الابتكار والتجديد والقدرة على التفكير المنطقي المنظم، والقدرة على الكتابة الجيدة والتعبير الواضح الدقيق، والقدرة على الإقناع والتأثير في الناس، والقدرة على حل المشكلات والقدرة على النقد.
- ٣- القدرة على ضبط النفس، ويكون لديه لباقة في الحديث.
- ٤- أن يكون لديه شخصية اجتماعية، وأن يكون أمين في مهنته.
- ٥- الأساليب الفنية الأساسية لإعداد التقارير : ويعنى ذلك أن تتاح لكل ممارس فرصة تعلم الكتابة بأسلوب مقبول غير مبتذل، بمعنى أن يملك القدرة على

التحرير والكتابة والقدرة على تصحيح ما يكتبه الآخرون فضلاً عن المقدرة في العمل التحريري تحت إشراف الآخرين.

٦- الاتصال : دراسة أساليب وطرق إعداد الرسالة الإعلامية وتوصيلها مع إيضاح المعانى اللغوية عند الضرورة أن تمثل هذه الدراسة وتساعد فى ضبط وترشيد الاتصالات على أساس الاهتمام بإعداد رسائل ذات مدلول ومغزى.

٧- الاتصال بالجماعات والمجتمعات المحلية : لأن مهنة المتحدث الرسمي تتطلب مؤهل جيد لمزاولة المهنة بما يجعل ضمن مهامها دراسة وتفهم وتركيب تلك الجماعات والمجتمعات ووظيفة الاتصال معها.

٨- الاهتمام بدراسة العلوم الإنسانية : الاجتماع وعلم النفس والاقتصاد والعلوم السياسية، مثل هذه المعلومات تهئ خلفية أساسية في السلوك تجاه الجماعات والأفراد كما يلزم أن يلم المتحدث الرسمي بالإدارة والتحليل المالي والعلاقات الحكومية مع مؤسسات الأعمال.

٩- التدريب على عمليات قياس وتحليل الرأى العام والإحصاءات الأساسية : لأن هذه الخلفية تمكن الممارس من تحديد نوعية البيانات التى يبحث عنها ويراهما مفيدة فى البحث وتحديد كيفية جمعها وتحليلها والوصول إلى النتائج وتطبيقها.

١٠- تفهم مشكلات حرية ومسئوليات الإعلام : يجب أن يفهم المتحدث الرسمي النظريات المختلفة التى تشكل أساساً لنظم المطبوعات ومسئوليات الصحف فى ظل قانون الصحافة ومشكلات القذف والسب وتطبيق ذلك فى مهنته.

كما يجب أن يستفيد الممارسون من الدراسة الشاملة للعلاقات العامة إلى جانب الإلمام بوظيفة وسائل الاتصال وأثرها وأسس اختيارها.

الصفات الشخصية :

هناك مجموعة من الصفات الشخصية التى يجب أن يتصف بها وأهمها توفر قدر من الرشد ورجاحة العقل إلى جانب المقدرة على الالتحام بالجمهير

والتفاعل معها والالتزان الانفعالي وحب الاستطلاع، والرغبة فى تحمل المسؤولية واليقظة، فضلاً عن الممارسة المرفهة والانتباه الجاد للبيانات والمعلومات، إذ أن هذه السمات تحكم سلوك الفرد وتقوده إلى أداء عمله بكفاءة واقتدار. ومن الصفات الشخصية المكتسبة النضج العاطفى وقوة الشخصية التى تتميز بالكياسة واللباقة والذوق والفطنة والمثابرة وتقبل النقد والقدرة على الإقناع والأمانة والنزاهة والاستعداد للتعاون والعدالة والقدرة على التحدث أمام الجماهير.

الصفات والميول والقدرات :

وهى تتمثل فى القدرة على التفكير المنطقى وعدم التحيز والنظر للأمور بموضوعية ورشد لأنه يعتمد على الأسباب ويبنى الحكم على اساس الحقائق والقدرة على التعبير والتفسير والاختيار والقدرة على الخلق والإبداع والقدرة على استيفاء المعلومات وتقصى الحقائق والرغبة فى العمل لفترات طويلة عند الضرورة.

الصفات البدنية :

يحتاج المتحدث الرسمي إلى بعض الصفات المتعلقة بمظهره حتى تساعده على أداء عمله مثل موظفى الاستعلامات والاستقبال، حيث أنه يمثل المؤسسة التى يعمل بها أمام الجماهير الخارجية وممثلى الهيئات والمؤسسات الأخرى والزائرين. فضلاً عن أنه يجب أن يتمتع بشخصية جذابة على أن تدعم هذه الشخصية بصوت مقبول يدعو للارتياح.

خامساً : وظائف المتحدث الرسمي :

أثبتت التجارب والدراسات المختلفة أن نجاح الجهاز التنظيمى فى تحقيق أهداف المؤسسة أو الهيئة يعتمد على الموارد البشرية المناسبة لشغل الوظائف المختلفة وذلك باختيار العاملين الملانمين وتعيينهم فى الوظائف التى تناسب استعداداتهم وصفاتهم الشخصية والقيام بإعدادهم وتدريبهم لتحقيق تفهمهم للأعمال المسندة إليهم ليشعر العامل بالرضا النفسى عن العمل الذى يقوم به والذى ينعكس

على كفاءته الإنتاجية. وتحديد المتحدث الرسمي يستلزم منا تحديد طبيعة وواجبات الوظيفة ومتطلبات هذه الوظيفة والتي يمكن تحديدها فيما يلي :

- ١- يعاون ويسدى المشورة إلى إدارة المؤسسة أو الهيئة فى كل ما يتصل بها أو سياستها العامة أو السمعة التى لها فى النواحي الصناعية والاجتماعية.
- ٢- يبنى ويقيم صلات طيبة بين المؤسسة أو الهيئة ومختلف وسائل الإعلام الجماهيرية كالصحف والإذاعة والتلفزيون ويعمل على استمالتها إلى جانب المؤسسة وعلى أن تنشر على رأى العام أبناء تطورها والتقدم الذى أحرزته.
- ٣- تعد النشرات الصحفية المتضمنة كل ما له علاقة بنشاط المؤسسة وإنتاجها أو خدماتها وشئون العاملين فيها على أن ينتقى الوسيلة الملائمة من وسائل الاتصال التى تكفل اطلاع الجمهور على تلك الصورة.
- ٤- العمل على وصول المعلومات إلى الجمهور فى أحسن شكل ممكن وبكيفية ترفع من شأن المؤسسة أو الهيئة، وتبرز دورها كعضو عامل ونافع للمجتمع.
- ٥- يعاون الأجهزة الفنية والإدارية فى المؤسسة فى إعداد وصياغة النشرات الصحفية والخطب والكلمات والمواد المتشابهة التى تعد للجمهور.
- ٦- يشارك فى إعداد برامج زيارات الهيئات أو الأفراد للمؤسسة أو الهيئة ويشرف على تنفيذها وذلك بعد الحصول على موافقة الإدارة. والتأكد من أن هذه الزيارات سوف تحدث الأثر المرجو فى الزائرين من خلال معاملة لطيفة كريمة.
- ٧- معاونة إدارة المؤسسة أو الهيئة فى إعداد التقرير السنوى فى نطاق المضمون والأسلوب والإخراج.
- ٨- يعمل فى تعاون وثيق مع أجهزة المتحدث الرسمي فى المؤسسات والهيئات الأخرى بقصد تنسيق الجهود. وحتى تتماشى المتحدث الرسمي وأهدافها فى المؤسسة.

٩- عليه وهو بصدد مباشرة واجبة كمستشار للمؤسسة أو الهيئة أن يكون على اتصال بمديرى الإدارات والأقسام الأخرى بالمؤسسة حتى يتأكد من أن خدماته ومساعداته متاحة لهم، وأنهم يحصلون عليها ويستفيدون منها.

الاتصال للمتحدث الرسمي

- عناصر عملية الاتصال الإقناعى.
- الاتصال غير اللفظى.
- معوقات الاتصال.
- وسائل الاتصال للمتحدث الرسمي.
- وسائل الاتصال التى يستخدمها المتحدث الرسمي
(وسائل الاتصال الجماهيرى)
- وسائل الاتصال التى ينتجها المتحدث الرسمي.

يعرف الاتصال بأنه المشاركة والتفاهم حول شئ أو فكرة أو إحساس أو اتجاه أو سلوك أو فعل ما، ولا يعنى مجرد توجيه رسالة من طرف إلى طرف آخر، كما يعرف بأنه عملية يقدم خلاله القائم بالاتصال مجموعة منبهات (رموز لغوية) بهدف تعديل سلوك الآخرين، كما يمكن اعتباره : التفاعل بواسطة الرموز (حركات، صور، لغة) أو أى شئ يعد منبه للسلوك، ويمثل حالة من التفاعل بين المرسل والمتلقى فى مضامين اجتماعية معينة.

تنتمى اتصالات المتحدث الرسمي إلى الاتصال الإقناعى، الذى يعرف بأنه "إجادة الاتصال والتمكن من فنون الحوار وآدابه واعتباره عمليات فكرية وشكلية يحاول فيها أحد الطرفين التأثير على الآخر.

وتتداخل بعض الكلمات فى المعنى مع الإقناع مع وجود فوارق قد تكون دقيقة إلى درجة خفائها عن البعض، ومن أمثال هذه الكلمات : الخداع، الاغراء، التفاوض ، وبعضها تزييف للحقائق، وبعضها مجرد حل وسط واتفاق دون إقناع.

فى عملية الإقناع يقوم المصدر بمهمة الإقناع، أما المستهدف أو المستقبل فهو القائم بعملية الإقناع، وتحتاج عملية الإقناع إلى أكثر من مهارة المصدر، وتحتاج- فى نفس الوقت- إلى وجود بعض الاستعداد لدى المستقبل، أو مساعدته على خلق هذا الاستعداد لديه.

تعد عناصر عملية الاتصال الإقناعى هذه نفسها عناصر عملية الاتصال الموضوعى التى وردت فى نماذج الاتصال المعروفة كنموذج Harold Lesswell & David Berlo التى تتكون من مصدر، ورسالة، ووسيلة، ومستقبل، ويمكن الاستفادة من العناصر الوسيطة كرجع الصدى، والسياق "بيئة الاتصال"، والخبرة المشتركة، خاصة على مستوى تقييم مدى نجاح العملية الإقناعية.

عناصر عملية الاتصال الإقناعى :

بما أن الاتصال يوصف على أنه عملية، فإن له عناصر تتمثل فى المرسل، والرسالة، والوسيلة، والجمهور، حيث تفسر العملية الاتصالية على النحو التالى : مرسل لديه رسالة أو مضمون، يرغب بإيصاله إلى جمهور معين، لتحقيق أهداف محددة بالنسبة له، وذلك عبر وسيلة، وهذه الوسيلة ينبغى أن تكون قادرة على الوصول لهذا الجمهور، وهذه الرسالة قد تصل للجمهور بوضوح تام، وكما خطط له المرسل، غير أن هناك عوامل (تسمى العوامل الوسيطة) قد تحول دون وصول الرسالة بالشكل الصحيح، أهمها التشويش، الذى ينقسم لتشويش دلالى، وآخر ميكانيكى، وفى كل الأحوال هناك رد فعل من قبل الجمهور على هذه الرسالة، قد يكون سلبى أو إيجابى، وتتم العملية الاتصالية ضمن إطار اجتماعى عام، يسمى البيئة الاتصالية.

أولاً : المصدر (المرسل- القائم بالاتصال)

هو الطرف الذى يبدأ عملية الاتصال بطرف آخر، بقصد إيصال معلومات أو التأثير فيه، وفى الاتصال الإقناعى يقصد بالمصدر ذلك الطرف الذى يسعى إلى

إقناع طرف آخر بفكرة ما، مستخدماً في سبيل تحقيق ذلك العديد من التقنيات المساعدة، والمصدر هنا قد يكون العاملون في مجالات : المتحدث الرسمي- الصحافة- الإذاعة والتلفزيون- التسويق- الدعاة- رجال السياسة...الخ.

وحتى يستطيع القائم بعملية الاتصال الإقناعي أن يكون مقنعاً بذاته وبرسالته وبالوسيلة التي يستخدمها ينبغي أن يتميز بالعديد من الصفات : كالثقة والمصداقية والمعرفة بجميع العوامل المؤثرة على المتلقى، وأن يكون قادراً على استخدام وسائل الاتصال بفعالية عالية، وقادراً على تكوين وتصميم الرسائل الاتصالية بأسلوب مقنع، أن يكون في الأصل مهتماً بمصالح الآخرين، والأهم من هذا كله، أن يكون ملتزماً بالأفكار والمبادئ التي يسعى لإقناع الآخرين بها، والمصدر يمكن أن يكون شخص بذاته، أو شخصية اعتبارية.

وهذا يعنى أن عدم قناعة المتحدث الرسمي بالمؤسسة التي يعمل لصالحها، لا يمكنهم إقناع الجمهور بها وبنشاطها، وإن حدث ذلك، فإن هناك أساليب مشكوك فيها تكون استخدمت في العملية الإقناعية.

وقبل شروع المصدر في عملية الاتصال الإقناعي، يلتزم بالإعداد الجيد والكامل للمضمون المستخدم في إقناع الطرف الآخر بالفكرة، وضرورة تحديد الوقت المناسب للشروع في عملية الإقناع، من خلال ترتيب الأولويات، لدى طرفي العملية الإقناعية.

ثانياً : المضمون (الرسالة- المحتوى)

يعد مضمون (رسالة) عملية الاتصال أهم العناصر التي تستخدم في عملية الاتصال الإقناعي، لأنها العنصر الذي يتم من خلاله نقل الفكرة من المرسل إلى المتلقى، لذا فإنها تحظى باهتمام كبير لدى المتحدث الرسمي، فهي تعد بمثابة الأداة التي يستخدمها في ممارسة مهنته لذلك يفترض أن يتحلى بقدرات عالية على التعبير واستخدام مفردات اللغة الاستخدام الأمثل، وعلى الكتابة والتعبير، ترتبط باستخدامه للمفردات والمصطلحات السهلة والبسيطة، التي من شأنها أن تعبر عن أفكاره وأفكار مؤسسته دون تعقيد، لأن وظيفة الرسالة هي نقل الأفكار والمعلومات

والأحداث بصورة واضحة ومؤثرة فى المتلقى، ومؤدية إلى إقناعه بما يرغب به المرسل.

تعد الكتابة هى الوسيلة الاتصالية الرئيسية التى تعتمد عليها كافة أشكال الاتصال الفعلى، لذلك ينبغى أن يكون المتحدث الرسمي على علم ودراية كافيين بقواعد وأساليب وفنون الكتابة باللغة العربية، إضافة إلى القدرة على تنظيم الأفكار، وقبل الشروع فى عملية الكتابة ينبغى التخطيط لما يفترض كتابته، فلا يجب الاستهانة بعملية الكتابة، فعندما نكتب بشكل عشوائى (دون تخطيط) يكون من الأفضل لنا ألا نكتب، فإن نكتب موضوعات سيئة أسوأ من ألا نكتب.

ثالثاً : الوسيلة (القناة)

يفترض أن يتمتع المتحدث الرسمي بمعرفة واسعة بحدود إمكانيات كل وسيلة، وحدود تأثيرها على الجمهور، وجوانب قوتها أو ضعفها، ومعرفة كافية بمدى ملائمة الوسيلة مع الجمهور المستهدف، فالجمهور العام (نفسه) ينقسم إلى أنواع، منهم النشط، ومنهم الخامل، ومنهم المثقفين، ومنهم أنصاف المثقفين... الخ، فبعض الوسائل تؤثر فى جماهير دون الأخرى هى نفسها تكون أكثر إقناعاً من غيرها، لذا ينبغى استخدام الوسيلة الأنسب لكل جمهور من أجل تحقيق عملية الإقناع.

إن طبيعة الفكرة والموضوع أو الهدف المراد إقناع المتلقى به يعد أحد محددات اختيار الوسيلة، وينبغى قبل ذلك تحديد الجمهور المستهدف بدقة، إضافة لتحديد خصائصه، ومن ثم يتم اختيار الوسيلة الأنسب فى ضوء تلك الخصائص.

رابعاً : المتلقى (المستقبل- الجمهور المستهدف)

تتعدد الجماهير التى يستهدفها المتحدث الرسمي فى عملياتها الاتصالية، كما تتعدد خصائصها (السن، النوع، الدخل، المهنة، المستوى الثقافى، نوع الخبرة...) فالإتصال بالشباب يتطلب أسلوباً مختلفاً نوعاً ما عن كبار السن. وهكذا، فلكل جمهور سمات خاصة به، واحتياجات قد تكون مختلفة عن جمهور آخر. وعندما تكون القضية المراد إقناع الآخرين بها واضحة، يكون تحديد هدفها سهلاً

إلى حد بعيد، وتحديد الجمهور المستهدف عملية أكثر سهولة، وبمجرد تحديد الجمهور، ينبغي تحديد خصائصه واتجاهاته واحتياجاته، فبمعرفة المرسل لخصائص الجمهور واتجاهاته تزداد فرص نجاح العملية الإقناعية.

لاحظ أنه كلما انخفض عدد الجماهير التي تكتب لها، كلما زاد التركيز في موضوع الكتابة، وبالتالي تكون المعلومات أكثر عمقاً وتخصصاً، وكلما كانت الكتابة لجمهور متخصص كلما ازدادت حاجة الكاتب لاستخدام استراتيجيات اتصالية أكثر ذكاءاً للتعبير عن الفكرة، كالاستراتيجيات الموضوعية، ويكون فيها استخدام المصطلحات أياً كانت صعوبتها متاحاً، شرط أن تكون متعلقة بالمجال الذي يكتب فيه.

وكما أن على المرسل أن يكون قادراً على الإقناع، فإنه يتوجب - لنجاح العملية الإقناعية - على المتلقى أن يكون مستعداً للاقتناع، لذا فإنه من الضروري أن يهتم المتحدث الرسمي بتهيئة الجمهور المستهدف للاقتناع ولا يتم ذلك في وقت سريع، فإنجازات المؤسسة وعلاقاتها مع الجمهور ودرجة إسهامها في خدمة المجتمع ودرجة إحساسها بالمسؤولية الاجتماعية تحدد مدى قابلية المتلقى للاقتناع بالأفكار والآراء المراد الإقناع بها.

الاتصال غير اللفظي :

وكما أن هناك اتصالاً لفظياً تستخدم فيه الحروف والكلمات سواء المنطوقة أو المكتوبة، فإن هناك اتصالاً غير لفظياً، يسميه البعض باللغة الصامتة، ويقسمها البعض للغة الإشارة ولغة الأشياء ولغة الحركة والأفعال ويذهب البعض إلى أن الاتصال غير اللفظي يمتد ليشمل تعبيرات الوجه والإيماءات والأزياء والرموز والبروتوكولات الدبلوماسية.

و لأهمية اللغة الصامتة عن اللغة المنطوقة، والمتحدثين الرسميين يستخدمون هذه اللغة الاستخدام الأفضل، ويظهر ذلك من خلال الاهتمام بطريقة الملبس، والدقة في تكوين الأشياء (المظهر الجمالي) والالتزام بقواعد البروتوكول، والحرص على اللباقة والذوق الرفيع في كل ما يصدر عنهم، ويزداد الاهتمام بلغة

الجسد، التى تعتبر أهم مقومات علم الفراسة، التى من خلالها يمكن فهم الآخرين، وإفهامهم.

وتعد لغة الجسد إحدى أهم أساليب توصيل المعلومات والأفكار للمتلقى، حيث يعتقد بعض علماء النفس بأن ٦٠% من حالات التخاطب والتواصل بين الناس تتم بصورة غير شفوية أى عن طريق الإيماءات والإيحاءات والرموز، لا عن طريق الكلام واللسان ويقال إن هذه الطريقة ذات تأثير قوى، أقوى بخمس مرات من ذلك التأثير الذى تتركه الكلمات، وهناك من يقول بأن هذا التأثير يصل أحياناً إلى ثمانى مرات، وتستطيع هذه اللغة توصيل معلومة كاملة دون الحاجة للنطق أو الكتابة، وتشمل لغة الجسد : حركات العين، والحواس، والتعامل مع الأنف والاذنين، وحركات الجبين، والتعامل معه، وحركات الأكتاف، والأصابع، والقدم.

أن القدرة على تنمية مهارة قراءة الآخرين ليست فناً، بل علماً وهو عبارة عن إدراك يتأتى من التألف مع الحواس والمشاعر، مثل الخوف أو الغضب أو السعادة والتى تتولد فى الفرد الذى يتحكم بدوره فى كيفية التعبير عن هذه المشاعر من خلال تعبيرات الوجه والكلام، فنبرة صوت الشخص وهيئته ووضع جسده وتعبيرات وجهه ما هى إلا نتيجة لعملية السيطرة والتنسيق المعقد بين جميع أجزاء الجسم التى يقوم بها.

معوقات الاتصال :

هناك مجموعة من العوامل التى تعمل كمعوقات للاتصال، وتؤدى هذه المعوقات إلى التشويش على عملية الاتصال، ويتم هذا التشويش فى أى خطوة من خطوات الاتصال، أى أن أى عنصر من عناصر الاتصال السابق الإشارة إليها يمكن أن تتضمن أو تتعرض لمجموعة من المعوقات التى تخفض من فعالية الاتصال، والمعوقات قد تكون مرتبطة بالمرسل، أو بالرسالة، أو بالوسيلة، أو بالجمهور، أو ببيئة الاتصال نفسها.

إن شأن عملية الاتصال الإقناعي شأن عملية الاتصال الموضوعي، تتأثر بالعوامل الوسيطة، كالتشويش (الدلالي والميكانيكي)، والخلفية الثقافية والمعرفية والذهنية للمتلقى، وفي أحيان عدة تعتبر هذه العوامل إحدى أسباب فشل العملية الإقناعية، هذا بالإضافة إلى عدد من الاعتبارات الشخصية المتعلقة بالقائم بعملية الإقناع، كأهدافه، والأفكار التي يسعى إلى إقناع المتلقين بها، ومعتقداته، وقدراته الاتصالية والذهنية، وصفاته الشخصية.

وهذا يحتم على المتحدث الرسمي التعرف جيداً، على هذه المعوقات قبل بدء العملية الاتصالية.

وسائل الاتصال والمتحدث الرسمي :

زاد حجم المعلومات التي تنتجها المؤسسات، وزادت إمكانيات ووسائل الحصول عليها، فقد أصبح بمقدور الشخص الوصول للمعلومات التي يريدها بسهولة، وتمتد السهولة أيضاً في عملية استخدامها، دون عناء كما كان الحال في الماضي، ويرجع الفضل في ذلك إلى تطور وسائل الاتصال، وانخفاض تكلفة النشر بأشكاله المتعددة.

كما أصبحت المؤسسات- على اختلافها- تهتم- وبصورة أكبر من الماضي- بإنتاج المعلومات ونشرها، لأسباب متعددة، أهمها حرصها على ممارسة دورها الاجتماعي، ومسئوليتها نحو المجتمع من خلال إمداده بالمعلومات التي تساعد على اتخاذ مواقف محددة تجاه قضاياها.

نظراً لارتفاع تكلفة تشغيل وسائل الاتصال الجماهيرية (الصحف، الإذاعة الراديو والتليفزيون) سواء من ناحية الكوادر المهنية أو الموارد الفنية، فإن المؤسسة لا تستطيع امتلاك وتشغيل مثل هذه الوسائل، لذلك فهي تستخدمها في عملياتها الاتصالية، خاصة عندما تحتاج إلى التواصل مع جمهورها والرأي العام، أما في حالة حاجتها للتواصل مع جمهور نوعي، فإنها عادة تستخدم وسائلها الخاصة (الوسائل التي تنتجها بنفسها).

أولاً : وسائل الاتصال الجماهيري التي يستخدمها المتحدث الرسمي

يولى المتحدث الرسمي أهمية كبيرة لوسائل الاتصال الجماهيرية، نظراً لقدرتها الفائقة على الوصول إلى الجماهير بأنواعها، إضافة إلى أنها تعد- بالنسبة للمتحدث الرسمي- إحدى وسائل الاتصال المجانية، فهي تحت تلك الوسائل على الكتابة عنها بشكل ذكي، ويساعدها في ذلك مجمل الأنشطة اليومية.

لدرجة أن هناك مؤسسات استطاعت إقناع بعض تلك الوسائل بتخصيص مساحات في الصحف، أو أوقات في الراديو أو التلفزيون لها، لتقدم ما تشعر تلك الوسائل بأنه يقدم خدمة جماهيرية، تخدم مهمتها الأساسية وأهدافها، وعادة ما يستثمر المتحدث الرسمي تلك المساحات أو الأوقات أفضل استثمار، فبالإضافة إلى أنها تقدم خدمات عامة للجمهور، فإنها بذلك تحقق أهدافاً تتعلق بتدعيم صورتها وسمعتها، والترويج لنفسها لدى الجمهور.

يعد البيان الإخباري وسيلة الاتصال الشائعة بين المؤسسة ووسائل الإعلام الجماهيرية، حيث يحتوى على المعلومات التي ترغب المؤسسة بنشرها، وفيه قد تعبر عن رأيها في قضية معينة، أو تقدم تفاصيل عن نشاطاتها التي تشعر بأنها تهم الجمهور.

وتتراوح وسائل الاتصال الجماهيرية التي يستخدمها المتحدث الرسمي بين الوسائل المكتوبة والمسموعة والمرئية، والإلكترونية على النحو التالي:

الوسائل (المطبوعة) المكتوبة :

تجبر المساحات المجانية التي قد تتاح للمتحدث الرسمي في الصحف والمجلات العامة التمتع بقدرات عالية في الكتابة لكافة الفنون الصحفية، حتى تتمكن من استثمار تلك الفرص المتاحة للاستثمار الأمثل، ناهيك عن أن هناك بعض المؤسسات لا تكتفى بتلك المساحات فحسب، بل تتعداها إلى إصدار صحف أو مجلات خاصة بها، بسبب أنشطتها المتعددة، وهنا بالذات ينبغي أن يكون المتحدث الرسمي على دراية تامة بإنتاج كافة الفنون الصحفية (الخبر، التقرير، الحديث، التحقيق، المقال)، وتنقسم الصحافة المطبوعة إلى : الصحف، والمجلات.

الصحف :

تقدم الصحف مضامين جادة تعتمد على التحليل والتفسير السريع للأحداث الجارية، معتمدة على خلفيتها التاريخية، ومقدمة لجمهور مثقف، وتغلب عليها الصفة الخبرية، والسرعة فى نقل الأخبار، وتهتم بالسبق الصحفى، ولا يعتبر الخبر فيها ذو قيمة بعد انقضاء أربع وعشرين ساعة.

المجلات :

وسيلة مطبوعة تغطى عليها صفة التحليل والتفسير، والعمق فى تناول القضايا التى تشغل رأى العام، ويغلب عليها الفنون الصحفية الشارحة والمفسرة كالتحقيقات والمقالات والتقارير المتعمقة وذلك بحكم طول دورية صدورها التى لا تقل عن أسبوع.

وتصنف المجلات كمجلات أسبوعية عامة، وأسبوعية متخصصة، وشهرية، متخصصة، وثقافية شهرية عامة، وثقافية شهرية خاصة.

الوسائل السمعية بصرية (الراديو والتلفزيون)

يرجع اهتمام المتحدث الرسمي بالإلمام بمهارات الكتابة للإذاعة (الراديو والتلفزيون) إلى كونها إحدى أهم الوسائل التى يمكنها الوصول لكافة شرائح المجتمع، وما يساعدها فى ذلك هو تقديم برامجها فى إطار يسهل على جميع الشرائح فهمه والتأثر به، لأنها تركز على الكلام المسموع الذى يعتبر أكثر سهولة من الكلام المكتوب.

للمؤسسات باختلاف أنشطتها وتوجهاتها دور اجتماعى، وهذا الدور كثيراً ما يساعد المتحدث الرسمي فى دفع وسائل الاتصال- عموماً- والإذاعة- خصوصاً- لنشر أو إذاعة أخبارها، وهنا ينبغى للمتحدث الرسمي فى أية مؤسسة متابعة الإذاعات ومحطات التلفزيون المحلية لمعرفة الجوانب التى تهتم بها، لأن هذا يساعدها على إعداد موادها الخبرية بما يتناسب والسياسة الإعلامية لكل محطة تليفزيونية أو إذاعية.

يتوقع جمهور الراديو والتلفزيون الحصول على الكثير من الأخبار والمعلومات خلال فترة زمنية محدودة، بسبب نمط الحياة الحالية، الذى أصبح يتسم بالسرعة والوسائل الإذاعية تتعامل بإيجابية مع تلك التوقعات، فهي تقدم مضامينها بشكل مناسب من ناحية السرعة.

الراديو :

تتنوع الأشكال الاتصالية التى تستخدمها الإذاعة فى تقديم المضامين الاتصالية، كنشرات الأخبار، البرامج بأنواعها، الإعلانات، والمسلسلات بأنواعها... وينبغى على المتحدث الرسمي الاهتمام بكتابة الخبر الإذاعى للنشرة الأخبارية وكتابة سيناريو الفيلم التسجيلى...الخ.

التلفزيون :

يعد التلفزيون من أكثر وسائل الاتصال شعبية، وأكثرها إقبالا من قبل الجمهور، وأصبح يمثل مصدر لاستقاء الأخبار والمعلومات، ويعتبر بالنسبة للمتحدث الرسمي نافذة واسعة لتمرير مضامينها الاتصالية عبره.

الوسائل الإلكترونية :

نظراً لحجم المعلومات الكبير الذى تنتجه المؤسسات يومياً، من صحف ومجلات، وكتب متنوعة، وبيانات ونشرات، وملصقات، ووسائل تسويقية... وغيرها، ونظراً لبروز الاتجاه نحو الإغراق فى التخصص، فقد أصبحت هناك ضرورة لوجود طرق جديدة لإيصال المضامين الاتصالية بشكل سريع ومفهوم وسهل، ولحسن الحظ أننا نعيش حالياً نمواً متسارعاً فى تطور وسائل النشر، أهمها النشر على شبكة الانترنت، ويرافق تطور النشر على الإنترنت تطور فى الأدوات والأساليب والتقنيات التى يمكن استخدامها فى عملية نشر تلك المضامين لتوجيهها للمستخدمين.

وتعد الاسطوانات المدمجة من أبرز الوسائط التى يمكنها أن تحتل مكانة مرموقة من بين وسائط النشر الإلكترونية فى المستقبل القريب، كونها تستوعب كميات كبيرة من النصوص، تزيد عن (١٠٠٠٠) صفحة من النصوص، ومدة

طويلة نسبياً من الصوت والصورة، وتعد تكلفتها منخفضة للغاية، مقارنة بوسائل النشر الورقية، إضافة إلى قدرتها على احتواء العروض التقديمية المتنوعة للمؤسسة، وكل البيانات التعريفية.

وأصبح حضور المؤسسات على اختلافها على شبكة المعلومات العالمية (الانترنت) واسعاً، بحكم سهولة النشر، وانخفاض التكلفة، غير أن كثافة هذا الحضور يتطلب جودة عالية.

وتتيح التقنيات الحديثة نشر المعلومات بطرق وأساليب متعددة بما يساعد في تقديمها بأفضل شكل ممكن، وبما يحقق فوائد كبيرة لأنشطة المتحدث الرسمي في تسخير هذه التقنيات في إنتاج مضامينها الاتصالية، ولكن ينبغي الحذر من الإفراط في استخدام هذه الوسائط والتقنيات الحديثة، دون تحقيق التوازن بين جودة المضامين الاتصالية، وبين ضرورة إيصال هذه المضامين للمتلقين بشكل يتناسب وطبيعة المتلقي العصري.

ومن أجل رفع القيمة الاتصالية للنص المنشور على الإنترنت، يمكن استخدام العديد من أدوات وتقنيات العرض، كالصوت والحركة والصورة والأفلام، وتتميز عملية النشر على الانترنت بالسرعة في الوصول للمعلومات، وقلة التكلفة النسبية للمستخدمين، وسهولة البحث والوصول للمعلومات المطلوبة، بالإضافة إلى المتعة في الاستخدام.

تزداد أهمية استخدام الانترنت للمؤسسات كونه يعزز التواصل والتفاعل بين المؤسسة وجماهيرها، الأمر الذي يزيد من قدرتها على فهم احتياجات الجمهور، لأنه يوفر تغذية راجعة من خلال معرفة ردود أفعال جماهير المؤسسة (رجع الصدى) وهذا قد لا يتوفر لوسائل الاتصال الجماهيرية.

تتلخص أهمية استخدام وسائل النشر الإلكتروني في العملية الاتصالية للمتحدث الرسمي فيما يلي :

- تسهيل العملية الاتصالية مع الجماهير النوعية، من خلال تقديم المضامين الاتصالية، الأكثر تخصصاً، وتسهيل عملية الوصول للجمهور المستهدف بدقة

- أكبر، لأن الجمهور يسعى بنفسه للمضامين التي يحتاجها.
- تحفيز الجمهور على التفاعل بشكل أكبر مع المضامين الاتصالية، خصوصاً في المضامين التي تحتاج فيها للعمل الجماعي، والتحشيد مع أنواع محددة من الجماهير.
- تتمكن المؤسسة من عرض مواد فيلمية خاصة بها، يكون من المتعذر - عادة - إذعتها أو نشرها عبر وسائل الاتصال الجماهيرية.
- عند نشر الموضوع على شبكة الإنترنت ينبغي مراعاة وجود روابط تؤدي إلى الموضوع المحدد، وينبغي الاهتمام بلغة وصياغة هذه الروابط، مع مراعاة عدم وجود روابط غير متوافقة مع الموضوع، فوجودها قد يؤدي إلى ضياع المتلقى في ثنايا المواضيع التي قد تشتتبه مع موضوعات على قدر مناسب من الأهمية بالنسبة للمتلقى.
- عملية النشر يجب أن تكون مترافقة مع شيء من اللمسات الفنية، ودرجة كافية من الذوق لجعل النص أكثر جاذبية.
- كثيراً ما تحتاج المؤسسة لنشر مواد وموضوعات متخصصة على شبكة الانترنت، ولكنها تحمل في نفس الوقت الطابع العام، وليس الطابع المتخصص، كما يرغب الكاتب الأساسي للمضمون، لذلك فإن مهمة المتحدث الرسمي هنا، إعادة كتابة مثل هذه المضامين كي تتناسب ومعايير الانقرائية.

ثانياً : وسائل الاتصال التي ينتجها المتحدث الرسمي :

نظراً لتزايد الحاجات الاتصالية للمتحدث الرسمي، وصعوبة إيفاء وسائل الاتصال الجماهيرية بهذه الاحتياجات، فقد كان لزاماً على المتحدث الرسمي أن يكون له وسائله الخاصة، التي ينتجها بنفسه، فمن هذه الوسائل ما يتم إنتاجه بشكل كامل بالقدرات الذاتية للمؤسسة، ومنها ما تنتجه بالاستعانة بمؤسسات الاتصال والنشر، وفيما يلي عرض لأبرز المنتجات الاتصالية للمتحدث الرسمي.

مطبوعات التنفيذ والتنسيق والمتابعة

بعد أن يضع المتحدث الرسمي الخطط والبرامج وتحدد موازنتها، تبدأ بتنفيذها فإنها تحتاج استخدام عدد غير قليل من المطبوعات الإدارية والاتصالية، ومضامين ووسائل الاتصال البينية، سواء بين العاملين بالمؤسسة، أو بين الأعضاء القائمين على تنفيذ برنامج بعينه، هذه المطبوعات هي :

- ١- الأغلفة.
- ٢- المظاريف.
- ٣- الياقطات.
- ٤- ورق المراسلات.
- ٥- ورق الملاحظات.
- ٦- الرسائل البينية.
- ٧- الإرشادات العامة.
- ٨- بطاقة الاتصال والزيارة.
- ٩- التعليمات والقرارات الإدارية.
- ١٠- بطاقة المؤسسة، وبطاقات الرقم القومي.

الكتيب :

يعد الكتيب أحد وسائل النشر السريعة، لأنه سهل الإعداد، والإنتاج، ويستخدم الكتيب للعديد من الأغراض منها : التعريف بالمؤسسة، ونشر تقارير عن موضوعات أنية تهم الجمهور، وكتيبات توعوية، والأدلة بأنواعها، وإصدارات المؤسسة، وبرامج الأنشطة الكبيرة.

النشرات :

وسيلة اتصالية تتكون من ورقة واحدة، وتصل في بعض الأحيان إلى عدد صفحات المجلة، يستخدمها المتحدث الرسمي، لتأدية أغراض، كالتعريف بها، أو الإعلام عن حدث معين، إما أن تكون قد تعرضت له المؤسسة، أو علمت به من مصادرها، أو لتعبر من خلالها عن رأيها في قضية معينة، أو للتعريف بأنشطتها،

أو لرغبتها فى إلقاء الضوء على موضوع معين، وتتميز النشرة عموماً (عدا النشرة التعريفية) بسهولة الإعداد، وسرعة التوزيع، حيث يمكن توزيعها بالفاكس، أو بالبريد الإلكتروني، كما أن تكاليفها بسيطة، وتكتب النشرة حسب موضوعها، فهناك نشرات تصدر من أجل الإعلان عن تصريح صحفى لأحد مسئولى المؤسسة، وهناك نشرات داخلية تتضمن توضيحاً للوائح والقوانين الداخلية بالمؤسسة، وتتعدد أنواع النشرات إلى : نشرات تعريفية، ونشرات إعلامية، ونشرات توعوية :

البيان الإخبارى :

أحد أشكال النشرة الإعلامية، ويتسم بسرعة الإعداد، يستخدمه المتحدث الرسمي لإعلام جمهور معين عن حدث ما تعرضت له المؤسسة، أو لتعبر عن رأيها فى قضية عامة، والشائع أن البيان الإخبارى يصدر لإعلام جمهور خاص، قد يكون جمهور الصحافيين أو جمهور المثقفين، أو كتاب المقالات، أو جمهور المهتمين فى قضية معينة، وقد يصدر لإعلامهم بأنشطة المؤسسة، وتستخدم أيضاً للرد على الشائعات، أو لتفسير موقف المؤسسة من قضية معينة، وقد يصدر لتصحيح تصريح خاطئ وغير مسئول أدلى به أحد مسئولى المؤسسة.

ويعد البيان الإخبارى من أكثر الوسائل التى يستخدمها المتحدث الرسمي ، فقد يحدث أن تصدر بياناً صحفياً بشكل يومية فى بعض الأحيان.

النشرة الإعلامية :

تعتمد المؤسسات إلى الإعلام عن أنشطتها وبرامجها التى تم إنجازها من خلال فترة سابقة، من خلال نشرة محدودة أقلها ورقة واحدة، وقد تزداد لأكثر من ذلك، ويتم إنتاجها بشكل جذاب، ليسهل ويشجع على التعرض لها، وكثير من المؤسسات تفضلها ورقة واحدة، ليسهل إرسالها بواسطة الفاكس، وكثيراً ما توزع مثل تلك النشرات بواسطة البريد الإلكتروني لكل جماهير المؤسسة، وقد تأخذ النشرة الإعلامية السريعة الشكل الدورى، الأسبوعى مثلاً، وقد تصدر فى المناسبات، وقد تصدر حسب كثافة الأنشطة التى تم إنجازها.

رسائل التنبيه (تنبيهات التحرك) النشرة التوعوية :

يستخدمها المتحدث الرسمي لتوعية جمهور معين (أو عام) أو تحذيره من خطر معين، يكمن فى قضية ما، إذ تقدم تحليلاً وتفسيراً لتلك القضية، وعليه فإنها تقدم النصائح للجمهور المستهدف، وهذه الطريقة تعتبر طريقة فاعلة لنشر القضايا التى تهم المجتمع خلال تلك التنبيهات، فبعد استخدام البريد العادى والفاكس، يتم الآن استخدام البريد الإلكتروني كوسيلة أساسية لنشر تنبيهات التحرك، وغالباً ما يتم إرسال تلك التنبيهات بواسطة البريد الإلكتروني، ويحتوى مضمونها على طلب التحرك أو التفاعل مع القضية موضوع النشرة.

النشرة التعريفية :

وسيلة اتصالية مطبوعة، تهدف إلى التعريف بالمؤسسة من خلال مساحة ورقية محدودة، ويتم طيها طيتين أو أكثر حسب المساحة العرضية، وقد تأخذ شكل الكتيب، بصورة طولية (مستطيل)، ولكن الشائع أن تأخذ الشكل المطوى وتتنوع أحجامها حسب كثافة المادة المتضمنة فيها، وهناك أشكال إبداعية للنشرات التعريفية، كأن يتم إعدادها على شكل المنتج، وتستخدم لتعرف بالمؤسسة وأهدافها وطبيعة أنشطتها ووحداتها الإدارية وفريق العمل فيها وأحياناً بعض إنجازاتها بشكل مقتضب جداً وهى من أكثر المطبوعات شيوعاً، حيث لا تكاد تجد مؤسسة لا تمتلك نشرة تعريفية.

التقرير السنوى :

يختزل ويوثق ويستعرض الخطة التى تم تنفيذها خلال العام المنصرم، وكل النشاطات والبرامج التى تم تنفيذها، وحصر الإنجازات التى تم تحقيقها، ويصدر فى نهاية كل عام، ويهدف- أساساً- إلى إطلاع المساهمين (حملة الأسهم) فى المؤسسة على كل ما يتعلق بالمؤسسة، من كافة النواحي المالية والمهنية وإلى تقييم أنشطتها، وبدأت المؤسسة فى تحقيق أهداف اتصالية وإعلامية من خلال هذه التقارير.

والتقرير مطبوعة تحتاج لجهد كبير لإنجازها، لذا كان على المؤسسات أن تسعى لتحقيق المزيد من الأهداف، كإطلاع نخبة المجتمع المحلي، والممولين وذوى الاهتمام على أنشطة المؤسسة، بهدف الحصول على مساندتهم، وتأييدهم للمؤسسة، نظراً للفوائد التي يمكن تحقيقها من تدعيم العلاقة مع هؤلاء.

المراسلات :

تعد المراسلات من أقدم الرسائل الاتصالية، وقد اقتصر التطور الذي حدث على الرسائل على زيادة أهدافها بزيادة المتطلبات العصرية والحياتية، كما امتد إلى تطور في شكلها العام، كما أن التطور التكنولوجي أضفى عليها شكلاً وخصائص جديدة، منها القدرة على إرسال نفس الرسالة لعدد كبير من المتلقين بنفس الوقت، غير أن الهدف من الرسالة هو نفسه، حيث تهدف إلى مخاطبة طرف آخر لإعلامه بشئ معين (طلب، شكر، تحذير، مجاملة، طلبية، تهنئة، تعزية... الخ).

الصحف الجدارية :

تسمى بالصحف الجدارية مجازاً، لكونها تشتمل على بعض الفنون الصحفية كالخبر والمقال والحديث في بعض الأحيان، إلا أنها أقرب للنشرة الداخلية، إما الإرشادية، أو الإعلامية، أو التثقيفية، وغالباً ما تصدر لتحقيق أهداف متعلقة بالإعلام، والتعليم، والتثقيف، التوجيه،... تسمى أحياناً بصحيفة الحائط، نسبة إلى تثبيتها على الحائط، والصحف الجدارية أكثر استخداماً في المؤسسات الصناعية، والمدارس، والشركات الضخمة، كونها تتعامل مع عدد كبير من الأشخاص، لا يمكن الوصول إليهم بسهولة، إلا عبر الاجتماعات الموسعة مع الجمهور، التي تنظم في فترات زمنية متباعدة.

لقد أصبحت الصحف الجدارية أكثر تطوراً عن ذي قبل، من النواحي التحريرية والشكلية، فبعد أن كانت في الماضي تعتمد على الفنون الصحفية التقليدية، والموضوعات الطويلة، دون مراعاة أسس الانقرائية، واعتمادها على الحكم والمواعظ، والنصائح والتهاني بشكل تقليدي. وقد أصبحت- حالياً- تعتمد على الموضوعات المختصرة السريعة وبعد أن كانت تكتب بخط اليد، فقد أصبحت

الآن تنتج بالكامل باستخدام الكمبيوتر، وتستخدم غالباً الوسائل الطباعية بشكل فنى وجذاب.

وقد استبدلت الكثير من المؤسسات الصحفية الجدارية بلوحة الإعلانات، التى تحتوى الإعلانات الداخلية، والإرشادات، التعليمات الداخلية، وبعض الموضوعات المهمة التى ترى الإدارة فيها موضوعات مهمة ينبغى على الموظفين متابعتها، والاطلاع عليها، كما تتضمن الموضوعات والأخبار التى تنشر فى الصحف المحلية عن المؤسسة.

الملصق (البوستر)

وسيلة اتصالية تحمل فكرة واحدة لجمهور واحد أو أكثر، غالباً ما يحمل المصلق فكرة واحدة، ولا يمكن له أن يوصل أكثر من فكرة، وإلا سيصبح مشوهاً، ومشتتاً، ولن يستطيع نقل أى من الفكرتين، ويستخدم الملصق (البوستر) كوسيلة اتصال فى الأوقات الاعتيادية، ويزداد استخدامه فى المناسبات كالحملات الإعلامية، والتوعوية، والإرشادية، والوطنية، والاحتفالات، والمعارض، والدينية، والموسمية، والمؤتمرات، وغيرها من المناسبات.

وهناك أنواع من الملصقات منها ما يسمى بالملصقات الإرشادية، التى تتعدد أحجامها وتصميماتها، ولكنها أصبحت محدودة الاستخدام، فى ضوء تطور العلاقات الصناعية، وتطور الوعي العالمى، والتطور التكنولوجى، إلا أنها مازالت تستخدم فى المنشآت الصناعية الكبرى، والمدارس، وهى عبارة عن جمل إرشادية أو توجيهات أو نصائح معينة لجمهور المؤسسة، ويشترط أن تتسم بالوضوح، والمباشرة، أى يمكن فهمها بسرعة، ويتميز هذا النوع بسهولة الإعداد والكتابة، وتكون من أجل الإرشاد والتوعية، بهدف الحفاظ على السلامة الجسدية للعمال، أو تسهيل سير العمل بتوضيح اللوائح الداخلية والإرشادات المتنوعة.

عناصر هوية المؤسسة :

كل مؤسسة لديها هوية متميزة لها، تميزها عن غيرها من المؤسسات التى تعمل فى نفس النشاط، أو فى نشاط مشابهة، وتتمثل عناصر هوية المؤسسة، أو ما

يمكن أن يطلق عليها عناصر التصميم الأساسى للمؤسسة، فى :

- اسم المؤسسة.
- الشعار (مكتوب، مرسوم).
- أنواع الخطوط.
- الألوان الأساسية.
- الأحجام : الخطوط، الكتل، المساحات، المسافات.

وهنا يوصى للمتحدث الرسمي أن يهتم اهتماماً كبيراً بعناصر هوية المؤسسة، لأنها تستمر لفترة طويلة جداً من الزمن، ويصعب تغييرها بين الحين والآخر.

الوسائل التسويقية :

تحتاج المؤسسة بين الحين والآخر، خاصة فى المناسبات الخاصة كالمؤتمرات، والمعارض، والمسابقات، والمهرجانات، أن تقدم لجمهورها هدايا تذكارية، أو وسائل لتنشيط سمعة المؤسسة، مثل : الرزنامة السنوية : مكتبية، حائطية، جيب، الأدوات المكتبية، القبعات، أجهزة الهاتف، الأجهزة : راديو، ... كل هذه الوسائل التسويقية يجب على المتحدث الرسمي أن يستخدمها الاستخدام الأفضل واستثمارها من أجل تمرير مضامين اتصالية تهدف إلى تعزيز سمعة المؤسسة، والترويج للقضايا المجتمعية التى تتبناها، أو السلع الخاصة بها، أو استثمارها لتوضيح محاسن ومميزات السلع التى تنتجها أو الخدمات التى تقدمها المؤسسة.

العروض التقديمية :

يعد العرض التقديمى من أبرز التقنيات التى تستخدمها المؤسسات للتعريف بنفسها، أو بأحد برامجها، أو إنجازاتها، ويمكن اعتباره نشرة تعريفية إلكترونية، وقد يعتبر (فى أحد أشكاله) بمثابة فيلما وثائقياً يستخدم فى نشر تنبيهات التحرك... الخ.

يمكن إنشاء عروض تقديمية إلكترونية جذابة، واستعراضها على كامل شاشة الكمبيوتر بالترتيب، ويمكن- أيضاً- رؤيتها بحجم كبير على شاشات العرض العملاقة في الأماكن العامة.

دور المتحدث الرسمي في مواجهة الأزمات :

تتعرض المؤسسات كما يقول بعض اساتذة وخبراء الاعلام إلى الهجوم بين الوقت والآخر من قبل جماعات الضغط أو جماعات المصالح أو جمعيات الاهتمامات الخاصة أو من قبل أفراد الجمهور، وهذه الهجمات التي قد تشن ضد المؤسسات المختلفة قد تأتي مفاجئة، وبذلك تبرز تحديات إضافية أمام المتحدث الرسمي، وتتباين الأسباب وراء هذه الهجمات، فقد تأتي نتيجة سياسة معينة اتخذتها المؤسسة، أو ربما نتيجة قرار معين، وقد يكون السبب متصلاً بحالة عدم الرضى من منتج أو خدمة معينة، وقد تكون الشائعة سبباً وراء هذه الهجمات، وفي مثل هذه الحالات لا توجد وصفة جاهزة للمتحدث الرسمي للتعامل مع هذه الأزمات، التي تمثل مشكلة مؤرقة للمؤسسات المختلفة سواء كانت حكومية أو خاصة، وتزداد خطورة هذه المواقف عندما تتبنى وسائل الاتصال الجماهيرية الأفكار المناهضة للمؤسسة، وتقوم على ترويجها دون الرجوع إلى المعنيين على الطرف الآخر من أجل البحث عن حقيقة ما يحدث، الأمر الذي يزيد من تضخيم الموقف وتعميقه، وربما يؤدي إلى الأضرار بالمؤسسة المستهدفة من الهجوم.

ويمكن استخلاص مجموعة من التعميمات التي تمثل إجراءات يمكن اعتمادها في عمليات التخطيط عند تعرض المؤسسة للهجوم من أطراف خارجية هي :

- يجب أن تضع المؤسسة في اعتبارها عند رسم سياساتها أن تكون مهياة للتعامل مع المطالبات المشروعة لجماعات الضغط أو المصالح أو الاهتمامات الخاصة أو أفراد الجمهور والاستجابة لها إذا ثبت للمؤسسة صحة وجهة النظر الأخرى، ومن ثم المباشرة فوراً في اتخاذ الإجراءات اللازمة لتعديل الوضع القائم أو تغييره، وتجدر الإشارة هنا إلى أن أساسيات التجاهل تدفع باتجاه مزيد

من الضرر للمؤسسة، بحيث تؤدي في النهاية إلى تضخيم المشكلة وفقدان المؤسسة لمصداقيتها.

• يفترض في المتحدث الرسمي التعرف عن قرب على المنظمات والجمعيات التي تمارس نشاطاً له صلة بعمل المؤسسة، فعلى سبيل المثال، على المؤسسة التعرف على جمعيات حماية المستهلك، وحماية البيئة وغيرها من الجمعيات المماثلة، من حيث طبيعتها، وأهدافها، وأساليب عملها، والتكتيكات التي تستخدمها في شن هجماتها، والأساليب التي تعتمد عليها في التحقق من معلوماتها، فهذه المعرفة تفيد في التعامل مع هذه الجمعيات، والتصدي لهجماتها عند وقوع طارئ له صلة بعمل المؤسسة. وما ينطبق في هذا الشأن على المؤسسات الخاصة، ينطبق أيضاً على المؤسسات العامة أو المؤسسات الحكومية.

• عند وقوع هجوم معين، يفترض أن يقوم المتحدث الرسمي بتحديد موقف وسائل الاتصال من القضية، وكيفية معالجتها لها، فكثير من وسائل الاتصال قد تتخبط في صفوف الطرف الآخر لأسباب متعلقة بالإثارة، أو لإيمانها بأن هذا الموقف يكسبها شعبية أكبر، ويؤخذ بعين الاعتبار، أن موقف الجمهور العام من حالات الهجوم يحكمه الانطباع أكثر من الحقائق، إضافة إلى ذلك لا بد من الاعتراف بأن من يملك الحقائق ليس بالضرورة هو من يكسب المعركة، فحتى إذا تصور المتحدث الرسمي أنه يملك الحقائق، فهذا غير كاف لأن نحكم على نتائج المواجهة لصالحهم، لذلك لا بد في مثل هذه الحالات من مراقبة وسائل الاتصال وتحديد طرق وأساليب معالجتها للموقف حتى يتسنى التعامل معها، من خلال خطط محكمة ومدروسة.

• يؤخذ بعين الاعتبار عند وقوع حالات هجوم ضد المؤسسة أن الموقف المعتدل أو المتحفظ قد يرتبط في ذهن الجمهور باعتباره جزءاً من عملية لكتمان المعلومات، والضعف في مواجهة الحالة، الأمر الذي قد يقود إلى عدم الثقة، لذلك فإدعاء المؤسسة في مواجهة الهجوم يجب أن ينطلق من تعبئة لكافة عناصر قوتها بحيث تستخدم كافة الاستمالات والأساليب الاتصالية لمواجهة الموقف دون أن يسود ذلك أية انفعالية.

• تعد قضية الخصوصية في المؤسسات الكبرى من القضايا التي لا يمكن التحكم بها، بسبب طبيعة هذه المؤسسات، من حيث ضخامتها، والأساليب الاتصالية التي تعتمد عليها، لذلك فإن عنصر السرية يعد من الأمور التي يصعب السيطرة عليها، وبناء على ذلك تتسرب المعلومات من هذه المؤسسات بطريقة مقصودة أو غير مقصودة، الأمر الذي يستدعي بعض الإجراءات من قبل المؤسسة في حالة مواجهتها لموجة هجوم من أطراف خارجية، فعند التخطيط لمواجهة حملات الهجوم على المؤسسة يفترض من القائمين على المؤسسة تشكيل فرق محدودة العدد من المتحدث الرسمي وخبراء العلاقات العامة، وبعض المسؤولين في المؤسسة ممن لهم خبرة في مجال التخطيط لمواجهة أزمات من هذا النوع، من أجل إعداد خطة محكمة تبرمج دور معرفة الأطراف الخارجية القائمة بالهجوم أو وسائل الاتصال الجماهيرية، ودون أن يكون هناك فرصة للطرف الآخر لمعرفة الأساليب التي ستستخدم في الرد على الهجوم.

• بسبب التطور المذهل في مجال الاتصال يفترض في المتحدث الرسمي متابعة الأساليب الحديثة في هذا المجال، وتطبيقها خلال نشاطاتها المختلفة، وبالنظر إلى الطبيعة التنظيمية داخل المؤسسات فإن أساليب الاتصال المؤسسي التي تعتمد داخل المؤسسة قد لا تكون ملائمة للاتصال مع الجمهور، فالاتصال العمودي التنازلي، أو التصاعدي أو الاتصال الأفقي قد لا يفي بأغراض المواجهة الى غالباً ما يميل الطرف الآخر إلى تحويلها إلى مواجهة ساخنة وتستخدم فيها كافة أساليب الإثارة والتضخيم، والميل إلى تحقيق أهداف خاصة من خلال التقرب إلى الجمهور، لذلك فإن المتحدث الرسمي مطالب باستخدام أحدث الأساليب الاتصالية الجماهيرية لإيصال رسائلها بفاعلية ويسر ووضوح.

• يجب على المتحدث الرسمي الاعتراف بأن ظروف المواجهات مع جماعات الضغط والمصالح والاهتمامات الخاصة لن تكون في صالح المؤسسة، لسبب بسيط هو أن هذه الجماعات لن تخسر حتى وإن لم تفز، في حين أن المؤسسة

قد تخسر حتى وإن فازت في المحصلة النهائية للمواجهة، لذلك فعلى المتحدث الرسمي العمل على تقصير المدة الزمنية للمواجهة إلى أقصر مدى ممكن، وتفشل خطط الطرف الآخر الذي سيسعى لتطويل مدة المواجهة حتى يتسنى له جذب انتباه الجمهور ووسائل الاتصال على حد سواء، وتوجيه ضربات متلاحقة للمؤسسة، وإذا اعتبرنا الحكومة بمثابة مؤسسة ضخمة، فإن ما جرى بين الحكومة الفرنسية وجماعة السلام الأخضر حول استئناف التجارب الفرنسية النووية يقع ضمن هذه الحالة، حيث سعت جماعة السلام الأخضر لتطويل المواجهة، في حين سعت الحكومة الفرنسية إلى تقصيرها، وعلى الرغم من أن جماعة السلام الأخضر لم تقز بمنع فرنسا من استئناف تجاربها النووية سنة ١٩٩٥م، إلا أنها نجحت في تشكل رأى عام ضد هذه التجارب أثر على علاقات فرنسا بالدول الأخرى.

• فى ظروف المواجهات هذه يجب على المتحدث الرسمي إعداد تقييم موضوعي، وبصورة مستمرة للظروف التالية :

- موقف الجمهور ووسائل الاتصال من المؤسسة، والبحث فيما إذا كانت المؤسسة ستحظى بمواقف إيجابية إذا ما تعرضت لهجوم.
- تقييم الظروف المحيطة بما فيها عامل الوقت، وتأثير ذلك على مواقف وسائل الاتصال والجمهور على حد سواء.
- تقييم الوضع الراهن داخل المؤسسة ليتسنى تحديد خطة العمل، والرسائل التي يمكن توجيهها، ولمن؟ وكيف؟ إضافة إلى تحديد الناطق الإعلامي بإسم المؤسسة.
- تقييم موقف الطرف الآخر، والأفكار التي يطرحها، ودرجة دقتها، وما إذا كان يستند في هجومه إلى حقائق أم إلى مجرد اتهامات؟
- تقييم ومراجعة التشريعات ذات الصلة بموضوع الهجوم، وإمكانية التفاوض والوصول إلى تسويات خاصة إذا كانت المشكلة ذات صلة

باتحادات أو نقابات العمال، ويندرج تحت هذا البند، تحديد ما يمكن عمله من جانب المؤسسة حتى تكون جاهزة لدخول عملية المفاوضات.

- دراسة إمكانية الاستعانة بمستشار خارجي، الأمر الذي تحدده طبيعة الأزمة، وطبيعة المواجهة، وإمكانيات المؤسسة بما فيها إمكانيات كادرها الدائم في مواجهة الأزمات.
- تحديد أفضل الأساليب الممكنة لتحقيق أثر سريع وإيجابي لدى وسائل الاتصال والجمهور، والمباشرة في تنفيذ ما اتفق على أنه الأفضل في مواجهة الهجوم، ومراعاة أن تكون كافة إدارات المؤسسة مهيأة وجاهزة لتوفير ما يطلب إليها بسرعة ودقة.
- إبقاء الإدارة العليا في المؤسسة على إطلاع مستمر بالمجريات التي تحدث، وما يستجد حول الأزمة وبشكل فوري.

تطبيقات لدور المتحدث الرسمي في مواجهة الأزمات :

المثال الأول :

ومن الأمثلة التي يمكن الإشارة إليها في مجال مواجهة الهجوم، ما قامت به شركة Manusato بعد حادث انفجار وقع لباخرة فرنسية محملة بكميات كبيرة "نترات الأمونيوم" بالقرب من رصيف الشحن التابع للشركة في ميناء "تكساس سيتي" والذي أدى إلى مقتل (١٥٤) شخصاً، وجرح أكثر من (٢٠٠) إلى جانب خسائر مادية كبيرة، فقد هاجمت الصحافة الشركة بعنف وحمل الرأي العام الشركة مسؤولية الحادث، وسرت شائعات بين السكان مفادها أن ضمانات التأمين غير كافية لدفع التعويضات، وتوالى الشائعات حول أعداد القتلى والجرحى، وحول قدرة الشركة على مواجهة الكارثة التي دمرت أبنية الشركة ومستودعاتها، وفي مواجهة هذا الهجوم العنيف، نظمت الشركة حملة قادها المتحدث الرسمي لتوضيح الموقف ، كان من بين إجراءاتها ما يلي :

- ١- أقامت الشركة مركزاً إعلامياً في وسط المدينة يهدف إلى الإجابة عن كل التساؤلات التي يمكن أن يطرحها الصحفيون أو الإعلاميون أو السكان.
 - ٢- إعداد لائحة دقيقة بأسماء القتلى والجرحى تم توزيعها على وسائل الاتصال.
 - ٣- أصدرت الشركة كتيباً ضمن كل التفاصيل حول الحادثة، وقد أوضح أن الباخرة التي انفجرت، وحمولتها لا تخص الشركة وبالتالي فإن الشركة لا تتحمل أية مسؤولية جراء الانفجار.
 - ٤- أوضحت الشركة أن مستودعاتها لم تحتوي على أية مواد متفجرة وإلى جانب ذلك بينت الشركة إجراءاتها في تشييد مبانيها واحتياطاتها في مجال السلامة العامة.
 - ٥- أوضحت الشركة أن ضمانات التأمين التي تمتلكها تصل إلى أربعة عشر مليوناً من الدولارات، وهي كافية لدفع التعويضات على الرغم من عدم مسؤوليتها عن ذلك.
 - ٦- أوضحت الشركة دورها الإنساني في تقديم الإعانات الفورية للأسر المتضررة وإعادة إسكان المتضررين ومعالجة المصابين.
 - ٧- تقدمت الشركة بالشكر لكل الجهات التي ساهمت في مواجهة الكارثة.
- وبهذا استطاعت الشركة مواجهة الهجوم عليها، والتصدي لحملات التشويه التي وجهت لها، على الرغم من أن الشركة لم تكن مسئولة عن الانفجار وما ترتب عليه.
- المثال الثاني :

إدارة الأزمات في سكك حديد مصر :

الازمات في السكك الحديدية هي وقوع حدث مفاجئ يؤدي إلى توقف تشغيل القطارات على جزء من الخطوط ويكون مصحوباً بأثار ونواتج ينبغي

إزالتها وتنشأ أزمات السكك الحديدية عادة أثر حوادث القطارات ويتوقف حجم الأزمة فى السكك الحديدية على الآتى :

- ١- أعداد الضحايا، فكلما كان هناك وفيات وإصابات فإن حجم أبعاد الأزمة يكون كبيراً، وفى حالة عدم وجود أية إصابات فإن أبعاد الأزمة تكون محدودة.
- ٢- كثافة حركة القطارات على الخط الذى وقعت عليه الأزمة، حيث يتضاعف حجم الأزمة إذا كانت على خط كثيف الحركة بالقطارات مثل خط القاهرة- الإسكندرية أو القاهرة- أسوان عنه فى باقى الخطوط.
- ٣- مكان الحادث : فإن كان الحادث داخل فناء محطة أو فى مكان به مسارات بديلة للقطارات فإن حجم الأزمة يكون محدوداً وإذا كان الحادث على خط مفرد أو تكون قد أغلقت سكتى الخط المزدوج فإن الأزمة تكون متشعبة.
- ٤- نوع الحادث : فإذا كان الحادث هو فقط خروج عجلات القطار من القضبان فإن الأزمة الناجمة تقل كثيراً عن حادث انقلاب العربات أو حالات تصادم القطارات.

وفور تلقى رئيس الهيئة الصدمة بالكارثة أو الأزمة ينبغى عليه عمل الآتى :

- تقدير حجم الأزمة.
- إقرار ما يتم من إجراءات الأزمة أو إدخال التعديلات التى يراها والتى تكفل سرعة احتواء الأزمة.
- مواجهة الأزمة بمتابعة ما سيتم وما يجرى لاحتوائها وإنهائها ومعالجة ما قد يظهر من توابع جانبية.
- مواجهة نواتج الأزمة وإفرازاتها متمثلة فى مواجهة رأى العام والاستعداد لتلقى النقد والتعليقات.
- استخلاص الدروس المفيدة فى تجنب حدوث مثل هذه الأزمة أو على الأقل تقبل خسائرها.
- إخطار الإدارة العليا وتلقى التعليمات المبدئية عن الحادث.

- إعلام الجمهور فى المحطات عن تأخير القطارات ثم يتحرك المسئولون بالهيئة لموقع الحادث على النحو التالى :
 - يتوجه ناظر أقرب محطة أو رئيس الحركة إلى نقطة الحادث للوقوف على جميع التفاصيل وإخطار مراقب الحركة لتحديد أبعاد الحادث وكيفية التعامل معه، وأثر ذلك على حركة القطارات الأخرى وعلى حركة نقل الركاب.
 - يتوجه مفتش الحركة ومفتش النقل ومدير الحركة والإشارات ومدير هندسة السكة الحديد بالمنطقة إلى موقع الحادث لمزيد من التفاصيل، وفحص الحادث ومحاولة الوقوف على أسبابه وإخطار مراقب الحركة.
 - يتوجه مدير المنطقة إلى موقع الحادث ثم وكيل المنطقة المختص بمهام التشغيل فى غرفة العمليات والمراقبة المركزية بالمنطقة لتلقى البيانات وإخطار مجموعة الإشراف والخطط.
 - يقوم رئيس الهيئة بتحديد أماكن تواجد الإدارة العليا خلال الأزمة ثم تشكيل غرفة عمليات لإدارة الأزمة بحضور نواب ومديرى الهيئة للإدارات المركزية برئاسة رئيس مجلس الإدارة والانتقال إلى موقع الحادث عند الأزمات الكبرى.
 - ثم بعد ذلك إعداد بيان إعلامى عن الحادث الذى نتجت عنه الأزمة وأسبابه ونتائجه.
- يقترح أحد الباحثين ضرورة توافر مجموعة من المقومات لتطوير أساليب إدارة الأزمات بالسكك الحديدية هذه المقومات تتمثل فى :
 - ١- إعلام رأى العام بالأسباب الحقيقية للأزمة أو الكارثة حيث يودى ذلك إلى سرعة احتواء الأزمة والتغلب على تبعاتها كما يخلق نوعاً من التعاطف مع الإدارة.
 - ٢- توفير المعلومات عن موقع وظروف وملابسات الأزمة بهدف السيطرة على مجريات الأمور خاصة أثناء الأزمات لما لذلك من أثر إيجابى فى سرعة رد الفعل القادر على احتواء الأزمة والتخفيف من آثارها.

٣- الشفافية ومصارحة الجمهور والحد من المبالغات ومواجهة ما بعد الأزمة من خلال إعادة النظر فى آليات ومحددات النظام الإدارى لتكوين آليات جديدة أكثر ملائمة وقدرة على الانتظام.

٤- توعية الجمهور بكيفية التصرف وضبط النفس واتباع تعليمات المسئول أثناء حدوث الأزمات.

من خلال كل ما سبق نجد ان للمتحدث الرسمي دورا حيويا بل وفعال في ادارة الازمات والعمل ايجاد الحلول السريعة ووضع الخطط اللازمة لمواجهتها بأقصى سرعة ممكنة وهذا خير دليل علي اهمية المتحدث الرسمي داخل اي مؤسسة او هيئة او منشأة صغيرة كانت او كبيرة .

ومن الضروري تدريب وتأهيل المتحدث الرسمي حتى يكتسب مجموعة من المعارف فى مجالات عديدة فيما لى :

١- الكتابة والتحرير ، وإعداد التقارير والخطابة.

٢- الاتصال بال جماهير وطرق إعداد وتنفيذ برامج المتحدث الرسمي وتقييمها والمعرفة التخصصية بطرق الاتصال.

٣- الرأى العام وبحوثه : وتتناول الدراسة التفصيلية لحقائق الرأى العام وتكوينه وأنواعه والأساليب العلمية لقياسه والتأثير فيه ومعرفة دقيقة بمناهج البحث العلمى وتطبيقاتها الميدانية.

٤- معرفة المتحدث الرسمي فى الأجهزة الحكومية والأهلية وفى كافة مجالات العمل فى الميادين الاجتماعية ومنشآت الخدمات التى تسعى لتحقيق الربح، وكذلك المتحدث الرسمي مع الصحافة وباقى وسائل الإعلام.

٥- فهم وإدراك الخلفية السياسية والقانونية التى تشكل الأساس للممارسة فى مجال عمل المتحدث الرسمي ، دون تعرض للأخطاء أو تحمل مسئولية قانونية.

٦- الإمام بكيفية عقد المؤتمرات والندوات وإنتاج الأفلام وإعداد المطبوعات وغيرها من وسائل الاتصال.

ويذكر أحد القادة المهتمين بمجالات المتحدث الرسمي يجب أن يتدرب في عمله على النقاط التالية :

١- دراسة طرق اكتساب ثقة الأفراد والجماعات ويقتضى ذلك دراسة سيكولوجية الفرد ودراسة مقومات الشخصية والوسائل المساعدة على نضج الشخصية والعمل على إشباع الحاجات النفسية والعاطفية في مراحل النمو الإنساني المختلفة.

٢- التدريب على طرق البحث وتحليل البيانات حيث يستلزم ذلك معرفة العمليات التي يمكن بها معرفة اتجاه الرأي إزاء مسائل معينة قبل وضع خطة ما موضع التنفيذ، حيث يعتبر منهج المسح الاجتماعي بالعينة من أهم الطرق البحثية في دراسة اتجاه الرأي العام على سبيل المثال.

٣- التعرف على أنواع البرامج اللازمة، حيث يجب على المتحدث الرسمي أن يقف على تفاصيل دقيقة لمشروعات اجتماعية كثيرة لكي يعرف نقاط الضعف والقوة في الجهود السابقة وأسباب النجاح أو الفشل في كل حالة.

٤- دراسة طرق الاتصال والإعداد العلمي للقادة المحليين.

٥- التدريب على أفضل طرق ووسائل الإعلام حيث يجب أن تشمل على إعداد المتحدث الرسمي على أفضل طرق الإعلام ويتضمن التدريب كيفية ترتيب حملات التعبئة النفسية واختيار موضوعاتها وأساليبها. ويجب التعرف على الأوقات الملائمة لهذه الحملات والهدف من ورائها، والاعتماد على أساليب التثوير والتبصير حتى تضمن أن تكون هذه الحملات مثمرة.

يختلف العمل في الميدان المجتمعي اختلافاً كبيراً عن غيره من الأعمال حيث أن العمل في المجتمع يتناول الأفراد والجماعات والمجتمعات، في ثلاثة اتجاهات ذات أبعاد واضحة هي :

- ١- الاتجاه العلاجي : والذي يهتم بمعاونة من تعترض حياتهم ظروف تعوقهم عن التواصل مع الآخرين تقديم الدعم والعلاج اللازم.
- ٢- الاتجاه الوقائي : ويهتم بدراسة المشاكل الاجتماعية وإيجاد حلول لها.
- ٣- الاتجاه البنائي (التموي) : ويهتم بإيجاد البيئة المناسبة والظروف التي تؤدي للتنمية.

ومن استقراء أهداف عمل المتحدث الرسمي يتضح أن له ثلاثة اتجاهات ذات أبعاد واضحة وهي :

١- الاتجاه الإنساني :

حيث يهدف المتحدث الرسمي إلى مشاركة الأفراد وتكيفهم مع الجماعة عن طريق تعريفهم بمجهوداتها والعقبات التي تواجهها وما ينتظرهم من تأييد بما يؤدي إلى تفاعهم مع اتجاهات الرأي العام لهذه الجماعة. وتوجه برامج المتحدث الرسمي إلى الأفراد باعتبارهم كائنات ذات حاجات إنسانية تعيش في بيئة واحدة ويتأثرون بمجموعة من المتغيرات المتشابهة.

٢- الاتجاه الاجتماعي :

وتعامل برامج المتحدث الرسمي مع أفراد مختلفة التكوين النفسى من خلال متخصصين في توجيه هذه الجماهير واستشارتهم وتحقيق العدالة وبث روح الأمان والاستقرار فيما بينهم والحصول على ولائهم، وتكوين رأى عام صلب. ومن ثم فإن برامج المتحدث الرسمي ليس في مقدورها أن تنجز أهدافها ما لم تحقق الالتزامات الاجتماعية ومتطلبات تلك الوظيفة الاجتماعية.

٣- الاتجاه الأخلاقي :

وتسعى مجهودات المتحدث الرسمي إلى تأكيد مفهوم خدمة الصالح العام وحرية الأفراد ومحاربة الانحراف والإسراف. وتعتمد في تحقيق هذا الهدف على الصدق والأمانة والإقناع القائم على الوضوح والبيانات الشاملة.

الفصل الثاني

مواصفات ومهارات المتحدث الرسمي

- ١- مواصفات المتحدث الرسمي
- ٢- مهارات المتحدث الرسمي
- ٣- المعوقات التي تواجه المتحدث الرسمي
- ٤- تقييم المتحدث الرسمي

مقدمة

والمتحدث الرسمي شخصية كارزمية " Charismatic " أي أنه شخصية مبدعة موهوبة Talented موهبة إلهية لا تصنع والموهوبة حقيقة صفة لا بد من توافرها لدى المتحدث الرسمي فإن الصوت العذب موهبة والقدرة علي الإبداع موهبة والمتحدث الرسمي هو ذلك الشخص الذي يتحدث إلي جمهور من خلال الاتصال المباشر أو الصحف والمجلات أو الهاتف أو الانترنت أو أجهزة الإرسال الإلكترونية لإحدى محطات الراديو والتليفزيون وعبر موجات عامة " Publicwaves "

أولا : المواصفات العامة للمتحدث الرسمي :

هناك عددا من الخصائص الأساسية التي لا بد من توافرها في الشخص الذي يعمل متحدثا رسميا وهذه الخصائص أو المؤهلات الذاتية أو الخاصة تعتبر بمثابة قواعد وأسس ومعايير للصلاحيات لمهنة الكلام إلي جمهور غير مرئي وهنا سوف تعرض شيء من التفصيل لهذه الخصائص التي ينبغي توافرها في الشخص الذي يقدم للعمل كمتحدث رسمي سواء كانت خصائص فطرية أو يمكن اكتسابها وهي :

١ - المستوى التعليمي :

بمعني تشترط حصوله علي مؤهل جامعي كحد أدني للمستوي التعليمي

٢ - المستوى الثقافي :

وهو يختلف عن المستوى التعليمي فالثقافة مختلفة عن التعليم فالمستوي الثقافي المقصود به بالنسبة للمتحدث الرسمي هو معارفه وخبراته العامة ودرايته بالحياة والناس وإدراكه الكامل للأحداث التي تجري من حوله فطبيعة عمل المتحدث الرسمي يتطلب منه أن يكون ذا ثقافة موسوعية أي شاملة لمعارف متنوعة ومتعددة في شتي المجالات فلا بد من أن يكون المتحدث الرسمي شخصية عميقة الفهم جديرة بالإحترام والثقة وليست شخصية سطحية دون عمق وحضور ذهني ملموس كما تجدر الإشارة إلي ضرورة أن يكون متمكنا من اللغة التي ينطق بها في مؤسسته وأيضا ملماً بلغة أجنبية أو أكثر.

٣- الصوت وطريقة الحديث :

يجب أن يمتلك المتحدث الرسمي صوتاً جيداً يؤدي وظيفته علي أكمل وجه وأن يكون لديه القدرة علي الكلام بطريقة جيدة فلا بد من سلامة النطق ووضوح العبارة والمقصود بالصوت الجيد هو الصوت الواضح القوي الذي ترتاح له الأذن والذي يخلو من العيوب أثناء النطق وهذا يتوقف علي مهارة المتحدث نفسه لأن الكلام أشبه باللحن الذي يعزف علي الآلة الموسيقية وهذه الآلة عند الإنسان هي الحنجرة وترتبط جودة الصوت ونطق الكلام وسلامة مخارج الألفاظ بسلامة الجهاز الصوتي للشخص فلا بد للمذيع أن يكون صوته جيد يؤدي وظيفته علي الوجه الأكمل.

٤- الذكاء وسرعة البديهة:

أن عمل المتحدث الرسمي مهنة تتطلب المهارة وتحتاج إلي قدرات وكفاءات ذهنية معينة وهذا ما نطلق عليه الذكاء الذي يعني القدرة علي التعامل مع المشاكل والمواقف الجديدة والمفاجآت الطارئة وذلك ما نشير إليه أحيانا في أحاديثنا العادية بأنه سرعة البديهة أو القدرة علي حسن التصرف والمتحدث الرسمي بطبيعة الحال يحتاج إلي هذه الخاصية لأن عمله لا يخلو من المفاجآت التي تطلب منه قراراً سريعاً وتنفيذاً موازياً للقرار وفي كثير من الأحيان يكون علي المتحدث الرسمي أن يستخدم روح المبادرة التي تتطلب درجة عالية من الفطنة لكي ينقل رسالة عاجلة في عبارات بالغة الإيجاز.

٥- القدرة علي التخيل:

مطلب أساسي لعمل المتحدث الرسمي لأنه يدخل في إطار الإبداع فالخيال هو الطريق إلي الابتكار والشخص الذي لا يملك هذه الخاصية لا يصلح لهذه المهنة لأنه سيكون عاجزاً من التعبير التلقائي ويكون عاجزاً عن الإرتجال ومواجهة الجمهور سواء داخل الاستديو أو خارجه فالمتحدث الرسمي عليه بالفعل أن يتخيل أنه يتحدث بالفعل إلي شخص معين لأنه إذا لم يفعل ذلك سيبدو حديثه سطحي وفاتراً لا يعني أحد ولا يخص أحد وبذلك يفقد خاصية التواصل مع المستمعين والمشاهدين وهي خاصية أساسية في عمله مسموعاً ومرئياً ومكتوباً.

٦- الصحة الجيدة :

هناك علاقة وطيدة بالفعل بين عمل المتحدث الرسمي وحالته الصحية وهذه العلاقة لا يدركها إلا المحترفون الممارسون للعمل بالفعل حيث أنه يقضى معظم وقته داخل الاستديو تحت أضواء مزعجة ويقوم بإجراءات عديدة لضبط الصوت ومراجعة النص وملاحقة للأحداث والرد على الاستفسارات إلى أن ينتهي البرنامج أخيراً بعد ساعات من العناية المتواصل فيجب أن يكون بصحة جيدة لأن المرض المتكرر والابتعاد الدائم عن العمل يتسبب في هبوط مستواه الفني وبالتالي يؤدي إلى الاستغناء عن خدماته من قبل تلك المؤسسة التي يعمل بها.

٧- التواصل والثقة بالنفس :

هناك خاصية هامة لا بد أن يتصف بها المتحدث الرسمي وهي التواصل وفي حقيقة الأمر فإن التواصل نتيجة طبيعية للثقة بالنفس وهذه الثقة تتوفر للشخص عندما تتوفر له الموهبة والخبرة والمعرفة وعندما تتوافر هذه الخاصية في المتحدث فإنها تفتح له باباً واسعاً أمام الشهرة

٨- القدرة علي العمل الجماعي :

إن الكلمة التي تبث علي الهواء من إحدى محطات الراديو هي في واقع المحصلة النهائية لجهود فريق متكامل من العاملين في تخصصات شتى يعد المذيع واحد منهم ويعني هذا ببساطة أن الشخص الذي ينطوي علي نفسه ولا يمكنه العمل الجماعي ضمن الفريق لا يصلح بأي حال من الأحوال للعمل كمتحدث رسمي خاصة وأن عمله يعد الوحيد الذي يحشد مجهودات أشخاص كثيرين لانتاج شيء يختفي بمجرد صنعه وعليه أن ينتج أعمالاً جديدة طول الوقت.

٩- الصبر :

لا يصلح للعمل في مجال تقديم البرامج للراديو الشخص الذي تنقصه خاصية الصبر فتوافر هذه الخاصية تعينه علي التكيف مع نوع العمل الذي يتسم بالقلق والتوتر والمنافسة والذين لا يتحلون بملكة الصبر في هذا العمل هم الذين يتعجلون الشهرة ويتعجلون الفرصة التي تحقق أحلامهم في النجومية وهذا قد

يكون بسبب إصابتهم بالإحباط عندما لا تواجههم الفرصة التي كانوا يحلمون بها فضلاً عن أن العمل لا بد أن ينطوي علي بعض المشكلات اليومية فإن المذيع عليه أن يتعامل معها كأمر واقع ينبغي التعايش معه ولن يتمكن من ذلك ما لم يستطيع أن يتحلي بالصبر أصلاً.

١٠- أن يكون صديق جميع المستمعين ورفيقهم وذلك يأتي من خلال تصوره وتخيله أنه يتحدث إلي المستمعين وكأنهم أمامه ويجلس جوارهم ويتحدث إليهم بالأسلوب الذي يفهمونه وفي الموضوع الذي يهمهم.

١١- التقيد بوقت البرنامج فكل مادة إذاعية وقت ثابت ومحدد يجب علي المذيع الالتزام به دون زيادة أو نقصان.

خامساً : مهارات المتحدث الرسمي :

في البداية لا بد أن أتطرق إلي معرفة ما هي المهارة ؟ وكيف تتكون المهارة ؟

* المهارة The Skill :

- أسلوب أداء يظهر فيه الفرد تمكناً في القيام بجميع متطلبات النجاح في المهام التي يكلف بها .
- وسواء كانت المهارة عقلية تسمى مهارة عقلية مثل مهارة حل المشكلات والألغاز والتفوق في الانجاز والنبوغ في فروع العلم والابتكار والاختراع .
- أو تكون مهارة انفعالية حيث يتميز الفرد بالقدرة على ضبط وتوجيه انفعالاته والسيطرة عليها واستخدامها في تنمية شخصيته وجعلها أكثر قدرة على مواجهة المشكلات والأحداث الصعبة .
- كما تعتبر المهارة في الأداء الاجتماعي الناجح هي أن يظهر الفرد القدرة على تكوين علاقات اجتماعية قوية وواعية ، ويستطيع أن يكون مع الناس في أفرانهم وأحزانهم ، وأن يقبل على مساعدتهم وقيادتهم في العمل والتأثير على آرائهم .
- ماذا نقصد بالمهارة ؟

- المهارة هي التمكن والقدرة على الأداء وانجاز العمل بمستوي عالي من الدقة وفي أقل زمن ممكن ؛ تحت كافة الظروف المكانية والزمنية والأوضاع المتغيرة .
- ولكي يصل الفرد للمهارة لابد أن يتمتع بمجموعة من الخصائص وهي

١- ذاكرة قوية وعالية التجهيز .

٢- وإمكانات جسمية فائقة .

٣- وذكاء مرتفع ، ومرونة عقلية .

٤- إرادة قوية ، وتدريب مستمر .

المهارة Skill هي أنماط متعلمة من التفاعل الناجح مع البيئة ، تحقق الفرد ما يهدف إليه . وهي قدرة على القيام بالأعمال المطلوبة من الفرد بسهولة ودقة .

ومن تعريفات مصطلح المهارة ، يعرف محمد عاطف غيث وزملاؤه المهارة بأنها تنظيم معقد للسلوك (الفيزيقي أو اللفظي) تطور من خلال عملية التعلم ، اتجه نحو هدف معين أو تركز على نشاط محدد . ويشرح ميشيل مان Michael Mann المهارة بأنها مزيج من المعرفة والخبرة المكتسبة من الأفعال أو الأنشطة ، بجانب القدرة الذهنية على تطبيق هذه الأفعال أو الأنشطة بفعالية وبراعة .

ويري روجر إلز Roger Ellis أن المهارة هي القدرة على الاستجابة بمرونة للظروف من أجل تحقيق الأهداف المبتغاة بأقصى كفاية ممكنة .

ويشير جوردن ويلز Gorden Walles إلى أن المهارة هي القدرة على تقييم المواقف والتأثير على سلوك الآخرين

وفي ضوء ما سبق يمكن تعريف المهارة بأنها القدرة على إنجاز المهمة المطلوبة بإتقان ، وفي الوقت المحدد ، مع وجود الرغبة لدى الشخص لتحقيق ذلك بمعنى أن المهارة هي نشاط هادف يؤديه الإنسان بإتقان وسرعة ورغبة .

تعريف الدكتور رفعت الضبع للمهارة : هي قدرة الإنسان على إنجاز العمل بأقل وقت وتكاليف . وهناك أساليب ووسائل عديدة يمكن من خلالها اكتساب المهارات وتحسينها ، تذكر أهمها في التالي :

Education	١- التعليم
Learning	٢- التعلم
Training Programs	٣- التدريب (البرامج التدريبية)
Reading	٤- القراءة
Practice	٥- الممارسة (خبرات العمل)

* تحليل المهارة ومكوناتها :

- قدم ديف Dave تصنيفاً تحليلياً للمهارة والمبنى على مفهوم التآزر Coordination .
- مفهوم التآزر يتضمن جميع أنماط السلوك المشاركة في السلوك المهارى ، والجوانب العصبية neuromuscular والنفسية ..
- تسعى المهارة في هذا المجال إلى تنمية الكفاءة في أداء الأعمال التى تتطلب تآزر بين النشاط النفسى والمعرفى والعضلي .
- حدد ديف تصنيفاً تحليلياً لما تقدمه المهارات من أهداف يتكون من خمسة فئات أساسية هي -

• الفئة الأولى : المحاكمة imitation :

ويطلب من المتعلم أن يقوم بإصدار استجابات مماثلة لما يلاحظه - وهذه الفئة تتضمن ما يلي فئتين فرعية :-

• الاندفاع impulsions :

وهي عملية داخلية يعمل الفرد على تشجيع نفسه بصوت داخلى للقيام بالعمل المطلوب وهو محاكاة الفعل المعروف كبدائية .

• التكرار الصريح Over repetition :

عادة السلوك عند بداية القيام بأى عمل يحتاج ليكون متآزراً بشكل متقن ؛ وهذا لن يتم إلا بالتكرار رغم ما فيه من عيوب تنفيذية .

ثانياً - التناول و المعالجة manipulation :

يتطلب تحقيق هذا الهدف العمل على تنمية المهارة في الاتجاه الأرقى والتخلص من العيوب الحركية لذلك عليه أن يقوم به :

١- اتباع التعليمات instruction :

على المتعلم أن يقوم باتباع التعليمات للقيام بالسلوك المطلوب بعد ملاحظته.

٢- الانتقاء selective :

عليه أن يقوم بالتمييز بين مجموعة من الأفعال وانتقاء الفعل المطلوب ، مما يوفر له فرصة اكتساب المهارة المطلوبة .

٣- التثبيت fixation :

حيث يعمل الفرد على التدريج نحو تثبيت الفعل المتقن ، مما يؤدي إلى التحسن والجودة ، بحيث يؤدي بدرجة أكبر من السهولة .

ثالثاً الإحكام **Precision** : الهدف هنا أن يصل الفرد بأدائه إلى مستوي أعلى من التحسن ؛ بحيث يتميز بالدقة والضبط وهذا الهدف يتكون من جانبين هما :

١. الاسترجاع reproduction : في هذا الهدف يقوم الفرد باسترجاع سلوك سبق أن اتقنه من قبل وبنفس المواصفات .

٢. التحكم control : الهدف هنا أن يصل الفرد إلى المستوي الذي يتمكن فيه الارتقاء بأدائه دون مساعدة ، وبعيداً عن النموذج الخارجي الذي تعلم منه ؛ حيث استطاع أن يكون داخله نمودجه الخاص الذي ينظم عمله من حيث السرعة والدقة ويصاحب ذلك قدراً من الثقة confidence والتيقظ vigilance .

رابعاً – التفصيل articulation : ويتضمن فئتين هما :

١- التتابع Sequence :

وفيه يتمكن الفرد من القيام بسلسلة من الأفعال المتأزرة والمتتابعة التي تقوم بها عدة عمليات التفكير أو أجزاء من الجسم .

٢- وافق Harmony :

المرحلة التي يصل فيها أداء الفرد إلى درجة من التناسق الفكري أو الحركي بحيث يؤدي الفعل بالتفصيل الملائم (كما يقول الكتاب) من حيث السرعة والدقة . كما تكون هذه الأفعال مترابطة بشكل يؤدي إلى إنتاج أنساق حركية متكاملة .

خامساً : التطبيع Naturalization :

في هذا المستوي يطلب من الفرد أن يؤدي بدرجة عالية من الكفاءة ، ويتم العمل بأقل قدرة من الشعور أو التحكم. هذه الفئة تنقسم إلى :

١- الآلية Automatism :

وفيها يصبح الفعل عمل روتينية واستجاباته تلقائية .

٢- الاستبطان Exteriorizations :

فيها يصل الفعل الروتيني الآلي إلى الوضع الذي يحدث فيه بشكل لا شعوري .

* أنواع المهارات :

المهارات يمكن تقسيمها إلى عدة ألوان ولكن ما يهمنا هنا هو المهارات الأساسية الواجب توافرها بشكل عام لدي المتحدث الرسمي بصفة خاصة لذلك أميل إلى تقسيم المهارات إلى :

(أ) المهارات الشخصية .

(ب) المهارات المهنية والتنظيمية .

(ج) المهارات العقلية .

(أ) المهارات الشخصية

كل عمل يقوم به الانسان يحتاج إلى مهارات متنوعة بحيث تساعد على انجاح العمل المراد تنفيذه .

وهذه المهارات وتلك ، لابد من السعي الفردي والجماعي لاكتسابها ، وليتم الإلمام بهذه المهارات فلا بد أيضاً من التعاون بين الفرد والمؤسسة لأن النتائج المرجوة يعود نجاحها لكلا الطرفين .

١- المهارات تشتمل عناصر نجاحها على القدرة على التخطيط الفردي

والجماعي بمعنى أن العمل المبني على التخطيط تكون فرص النجاح له أشمل وأدعى إلى تحقيق الأهداف ؛ لأن التخطيط بصفة عامة أسلوب منهجي يضع عوامل النجاح (وما قد يعترضها من عقبات واضحة للمؤسسة ومن يمثلها ؛ وبالتالي يتم علاج تلك العقبات من خلال تهيئة السبل التي تقود إلى الوصول إلى الهدف بأقل جهد وأسرع وقت ممكن وبالتكاليف الملائمة .

وما لم يكن الفرد متسلحاً بالعلم والمعرفة والخبرة فإن ذلك سيجعل الطريق أمامه سهلاً ومريحاً للوصول إلى الهدف .

٢- القدرة الفردية على التحليل والتلخيص .

لأن ذلك يجعل عناصر المشكلة واضحة وسبل معالجتها بيّنة ، ومن ثم يتم الوصول إلى الهدف بأقل التكاليف وأقصر الأوقات ، وبالمقابل فإن العمومية والمرد قد يكونا عقبة في الوصول إلى نتائج واضحة . بل قد يؤدي ذلك إلى سوء الفهم من قبل المتلقين ، فتكون النتائج عكس ما تهدف إليه المؤسسة من خلال استعراضها لقضية ما .

٣- قدرة المتحدث الرسمي على تقبل الآراء من الزملاء ، ومن الملتقين حيال ما يثار في المناسبات الإعلامية وما يدور فيها من تغطية .

لأن الآراء التي يدلي بها المتلقون تساعد على تقويم أسلوب التغطية لغوياً، وما قد يرافق ذلك من حركات يستخدمها البعض كوسيلة للإيضاح ؛ وللاستيضاح .

٤- قبول الآراء الواردة ومن ثم تعديل رأى المتحدث الرسمي في ضوء ما دور في ميدان التغطية الإعلامية لحدث ما . ومن ذلك المصطلحات التي يستخدمها الطرفان ، لأن هناك اختلاف في الفهم لمصطلح ما بسبب اختلاف اللهجة أو أسلوب العرض . لأن التمسك بالرأى بدون مرونة سلوكية قد يوجد تباعداً في فهم الآراء وخاصة إذا كان المصطلح له أكثر من مفهوم .

٥- إتاحة المجال للآخرين للإيضاح والاستيضاح أثناء النقاش ؛ لأن ذلك يجعل كل طرف يعبر عن رأيه ، وفي ذلك وسيلة لعدم التعصب لوجهة نظر بعينها وفي الوقت نفسه فإن على المتحدث الرسمي أن يتعلم أسلوب المشاركة في الأداء الجماعي مع من يكون له تواصل معهم ؛ وبخاصة في المؤتمرات الصحفية والإعلامية .

٦- الحرص على تبنى مهارات اتصالية قائمة على التفكير الناقد الذي يقود إلى فهم مغزي عملية معينة وكيفية تفسير سلبياتها وإيجابياتها .

هذه العناصر - المشار إليها أعلاه - تعد ضرورة اتصالية بسبب تطور وسائل الاتصال وتجدها . إذا لم يعد التواصل الإعلامي مجرد إبلاغ معلومة معينة ، وبأسلوبها قد يوحى بفرض وجهة النظر مما قد يقود إلى عكس المقصود . ومن أجل توصيل الرسالة المراد نقلها للجمهور فإن هناك عناصر مهمة لابد من توفرها فى المتحدث الرسمي ، ومن ذلك :

• المعرفة الجيدة باللغة ، وألفاظها ، ومعانيها التى تكون فى النهاية الملكة التعبيرية .

• التمتع بحس إعلامي متميز .

• الموهبة والكفاءة والقدرة على الاتصال الاعلامي بمهارة عالية .

• الرؤية الثاقبة فى تناول قضايا الأجهزة الحكومية ، ودراستها ، وتحليلها بدقة وموضوعية ، ومن ثم تملك القدرة على وضع الحلول المناسبة .

• التمتع بأخلاقيات المهنة ، وإجادة التعامل مع الآخرين ، وتحمل مسئولية الكلمة وأمانة الطرح ، وتقبل النقد البناء المحاط بثقافة إعلامية

• القدرة على الاتصال ومعرفة كل جديد فى عالم الاتصال الذي يتجدد يومياً .

• القدرة على تبييق المهارات المكتسبة من اللقاءات الاعلامية والدورات التدريبية .

• تواكب مجريات الأحداث فى المؤسسات ، ومتابعتها فى مختلف وسائل الاعلام .

يضاف إلى ذلك المؤهل المناسب ، والقدرات الإعلامية والفنية المناسبة ، ومنها:

- خبرة في العمل الصحفي مع معرفة قوية في التعامل مع الشبكة العنكبوتية .

- القدرة على جمع الأخبار وصياغتها بأسلوب يوضح مغازيها ، ويعين على نشرها .

- السرعة والمرونة والقدرة على التعامل مع الآخرين .

- القدرة على تفهم خصائص الوسائل الإعلامية الأخرى المتاحة فى اللقاءات الإعلامية ، ومحاولة توفير ما يغطى متطلباتها .

(ب) المهارات المهنية والتنظيمية اللازم توافرها لدى المتحدث الرسمي:

١- الخبرة في العمل الإعلامي حسب الوسيلة التي يرغب ممارستها؛ مثل الوسائل الورقية أو الالكترونية أو المسموعة ، أو المرئية ولعل طرق كل هذه الوسائل يعد وسيلة نجاح للمتحدث الرسمي لأن تداخل هذه الوسائل صار واقعاً في المؤتمرات واللقاءات الإعلامية ، لابد من التعامل معه بكفاءة .

٢- القدرة على جمع الأخبار ، والإحاطة بها في المجال الذي هو مسئول عنه ويزيد من فاعلية الإعلامي الناجح القدرة على التغطية الموضوعية للحدث دون مبالغة أو تخاذل لأن أى تقصير من جانبه سيكون نافذة يلج بواسطتها سوء التغطية أو التمادي في تفسيرها .

٣- المرونة في التواصل مع مصادر المعلومات ، ومن سوف يقوم بنشرها ، وتغطية الحوادث والفعاليات التي تهتم المؤسسة التي يخدمها الإعلامي .

٤- مواكبة التقنيات الإعلامية وتطوراتها ، من أجل استخدامها في إنجاح العمل الذي يمارسه فالتقنية الحديثة صارت تتسابق بل ربما صار بعض أدواتها ووسائلها (خارج المدينة) لبروز ما هو أكثر فعالية وأسرع في التعامل فمن تقاعس عن المتابعة فهو الخاسر مقارنة بزميله الذي يتابع التقنيات ، ويستفيد من إنجازاتها .

٥- التطوير الذاتي لأسلوب النقاش والحوار الآلي مع جهات متعددة وبأساليب سريعة .

(ج) المهارات العقلية Intellectual Skills :

تمثل المهارات العقلية الطرق العامة في العمل والتعامل مع متطلبات الإنجاز والتفوق وهي تشمل خمسة فئات رئيسية:

١- الفهم Comprehension :

- وهي من أكثر الفئات شيوعاً في الأداء المهارى - ويقصد بها أنه عندما تعرض على الأفراد معلومات معينة فإنه من المتوقع أن يعرفوا ما تعنيه هذه المعلومات ويستطيعوا أن يستخدموا المواد والأفكار المتضمنة فيها .

- نشاط عصف جماعي حول هل يمكن القيام بأى عمل دون الفهم مع ضرب الأمثلة .

٢- التطبيق Application :

- ويقصد بها أن بلوم استخدام التجريدات سواء كانت أفكار عامة أو قواعد أو مبادئ أو نظريات فى مواقف جديدة وقد تكون الأفكار أو المبادئ أو النظريات جديدة وتحتاج نشاط من المتعلم مختلف عن كونها قواعد أو أفكار أو نظريات شائعة وعامة ويجد المتعلم سهولة فى التطبيق .

- نشاط فردي حول تذكر بعض الأفكار أو القواعد أو النظريات العامة الشائعة، ومجالات تطبيقها فى مقابل محاولة تذكر الجديد منها ومجالات تطبيقها .

٣- التحليل Analysis :

- هي عملية تجزئه المحتوى أو البنية المعرفية إلى عناصرها الأساسية أو أجزائها التى يتألف منها وتنقسم إلى ثلاثة تحليلات وهما :
(التحليل للعناصر) الأساسية التى تتكون منها القواعد أو الأفكار أو النظريات (مثل الفروض المحددة لأي نظرية ، أو الحقائق المرتبطة بالأفكار والمبادئ) .

- (تحليل العلاقات) يقصد به تحديد العلاقات الأساسية التى تربط بين عناصر المحتوى ، أو بين الفروض والأدلة التى اعتمد عليها فى صياغة الفروض .
(تحليل المبادئ) هو الأكثر تعقيداً حيث يتطلب التعامل مع بنية المحتوى وتنظيمه ويشتمل على الأسس والمبادئ والانجاهات التى تجعل المحتوى وحدة كلية .

٤- التركيب Synthesis :

- هو تركيب العناصر أو الأجزاء بحيث تكون كلا وهي بذلك عكس التحليل ويتضمن التركيب التعامل مع هذه العناصر أو الوحدات أو الأجزاء من حيث ترتيبها والربط بينها على نحو يوضح بنيتها التى كانت من قبل أو تؤدي إلى إيجاد بنية جديدة - ولها ثلاث فئات فرعية هى :

إنتاج محتوى فريد

من خلال إعادة تركيب العناصر أو الأفكار أو الوحدات فى علاقات جديدة بحيث تؤدي إلى وجود محتوى جديد مثل كتابة الشعر أو القصة .

إنتاج خطة عمل أو مشروع

من خلال جميع المعلومات المتاحة المرتبطة بالعمل أو المشروع يمكن تحديد متطلبات العمل أو وضع خطة المشروع ويتحدد فيها دور كل فرد .

إنتاج العلاقات المجردة

من خلال المعلومات المتوفرة يمكن اشتقاق مجموعة من العلاقات المجردة من أجل تصنيف أو تفسير هذه المعلومات ثم التوصل لمبادئ أساسية .

٥- التقييم Evaluation:

- هي عملية عقلية يصدر من خلال المتعلم أحكاماً حول قيمة المحتوى الذي يدرسه- وهذه الأحكام قد تكون كمية أو كيفية لتحديد مدى ملائمة المحتوى لمحكات معينة – وتنقسم لفئتين هما :

- الحكم فى ضوء الأدلة الداخلية

المقصود هنا تحديد مدى دقة وصلاحيه المحتوى فى ضوء شواهد داخلية منطقية مثل اتساق المبنى والترابط بين الأجزاء وتقديم تفسير واضح .

- الحكم فى ضوء المحكات الخارجية

عندما يقوم المحتوى وفقاً لمحكات خارجية مثل مدى تحقيقه لأهداف معينة أو المقارنة بينه وبين محتويات مماثلة .

ولتحقيق هذه المهارات (الوصول إلى تحقيقها) ينبغي عمل التالي

- إحداث قدراً متزايداً من التكامل بين برامج التعليم والتدريب الإعلامى .
- أهمية التعاون بين القطاع الحكومى والخاص فى النهوض بالتعليم والتأهيل والتدريب الإعلامى .
- ينبغي دراسة وتبنى أشكال أخرى من التعليم ، مثل التعليم الحر ، والتعليم عن بعد ، والتعليم الأهلى ، كما يجب تحديد الرؤية للتدريب .

- تدعيم الوحدات التدريبية بالجامعات والمعاهد والأكاديميات التى تدرس الإعلام ، مع ضرورة زيادة عدد الساعات المخصصة للتدريب العملى فى مقابل الساعات المخصصة للتدريس النظرى .
 - التعاون المشترك بين مؤسسات ومراكز التدريب العربية ذات الطابع الإقليمى بما يعود بالنفع على المتحدثين الرسميين وعلى الممارسات الإعلامية .
 - الاهتمام باستقطاب الخبرات الأجنبية والعربية للاضطلاع بمهام التدريب والتأهيل للمتحدثين الرسميين.
 - الإعداد العلمى الدقيق للمحتوى التدريبى والمادة العلمية .
 - اتباع آليات علمية مقننة لتقويم المردود التعليمى ، والتدريبى لدى الطلاب والمتدربين .
 - أهمية تدريب المتحدثين الرسميين والطلاب على العمل الجماعى (لدى المتدربين) مثل القدرة على التفكير ، وعصف الذهن ، والنقاش والتعبير ، وحرية إبداء رأى ، والقدرة على التلقى ، وتمثيل المعلومات ، والتكيف ، وإثارة الدافعية للعمل ، وتنشيط المشاركة الإيجابية .
 - الاهتمام المستمر بتطوير القدرات الاتصالية والمهارية والتدريبية للقائم على عملية التدريب فيما يتعلق ببرامج تدريب المدربين .
- وهنا ؛ لابد من التوقف عند مفهوم التكامل بين الثقافة والاتصال ، فإذا استخدمنا مصطلح (الثقافة) فهذا يعنى مجموع إنجازات الإبداع الانسانى أى كل ما أضافه الانسان وإذا اعتبرنا مصطلح الثقافة (تجسيداً لكل ما يسمو بالحياة الانسانية ليضم كافة جوانب الحياة وكل طرائق التفاهم) ، على ضوء هذا فإن الاتصال بين الناس على حد سواء ، عنصر أساسى فى كافة نواحي الحياة ، ومن ثم فى كل ثقافة . ويعتبر دور الاتصال والإعلام بمثابة دور الناقل الأساسى للثقافة ، إذ إن وسائل الاتصال ما هى إلا أدوات ثقافية تساعد على دعم المواقف أو التأثير فيها ، وعلى تعزيز ونشر الأنماط السلوكية ، وتحقيق التكامل الاجتماعى ، وهى تلعب (أو يتعين عليها أن تلعب) دوراً أساسياً فى تطبيع السياسات الثقافية .

المهارات الشخصية الواجب توافرها لدى المتحدث الرسمي (أ) مهارات الحديث الفعال :

تعتبر مهارات التحدث من المهارات الهامة في الاتصال الشخصي بالآخرين ، وبالرغم من أن القدرة على الحديث متوافرة لدى الغالبية العظمى من الناس بغض النظر عن السن أو المستوى الثقافي أو الاجتماعي ، إلا أن هناك فرق كبير بين القدرة على الحديث ومهارة أو فن الحديث ، فالمهارة تتطلب اختيار محتوى الحديث ومضمونه واستخدام نبرة الصوت المناسبة ومراعاة الفروق الفردية بين الناس بجانب اختيار الوقت المناسب للحديث ومعرفة الأثر الذي تركه الحديث على الآخرين .

وتعتبر مهارات الحديث الهامة بالنسبة للأفراد الذين يتضمن عملهم قدراً كبيراً من التعامل مع الآخرين سواء على صورة مقابلات أو التحدث في الهاتف ، وبالرغم من أن القدرة على الحديث متوافرة لدى الغالبية العظمى من البشر بغض النظر عن السن أو المستوى الثقافي أو الاجتماعي ، إلا أن هناك فرق بين القدرة على الحديث ومضمونه واستخدام الصوت المناسب ومراعاة الفروق الفردية بين الأفراد الذين يتحدث إليهم واختيار الوقت المناسب للحديث ومعرفة الأثر الذي يتركه الحديث على الآخرين .

سادساً : المعوقات التي تواجه المتحدث الرسمي

- ١- اختلاف العادات والتقاليد لكل من المرسل والمستقبل .
- ٢- عائق الإدراك الفردي وحالة الفرد النفسية .
- ٣- الاختلاف بين المرسل والمستقبل من حيث المستوى الثقافي والمؤهلات والخبرة والقيم والمبادئ .
- ٤- درجة ثقة المستقبل في المرسل .
- ٥- خبرات المستقبل في السابقة المرسل .
- ٦- استخدام المرسل لألفاظ تحمل أكثر من معنى .
- ٧- فقد جزء من المعلومات أثناء عملية التوصيل .
- ٨- استخدام لغة خاصة أو مصطلحات فنية لا يفهمها المستقبل .
- ٩- عدم اختيار المرسل الوقت المناسب لإتمام عملية الاتصال .

- ١٠- زيادة عدد الرسائل الموجهة من المرسل إلى المستقبل عن قدرة المستقبل في فهم هذه الرسائل .
- ١١- المركز التنظيمي أو الاجتماعي للمستقبل .
- ١٢- عدم قدرة المرسل على التعبير عن المعنى بوضوح .
- * تنمية مهارات الحديث الفعال:
يمكنك أن تنمي مهاراتك في الحديث بإتباع الإرشادات التالية :
 - ١- توقف عن الكلام بين لحظة وأخرى أثناء الحوار حتى تعطى للمستمع فرصة للتعبير على الرسالة .
 - ٢- راقب حركات وسكنات وجه المستمع جيداً حتى تتبين مدى فهمه للرسالة ودرجة اهتمامه بها .
 - ٣- أنصت جيداً لتعليقات المستمع ولا تعطى انطباعاً بأنك متعجل أو غير مهتم بتعليقاته .
 - ٤- حاول أن تنظر إلى وجه المستمع وتجنب الإنشغال بأى شئ يؤثر على انسياب عملية الاتصال (مثال ذلك اللعب بسلسلة مفاتيح أو النظر لمكان آخر) .
 - ٥- حدد نبرة الصوت التى تناسب المسافة بينك وبين المستمع .
 - ٦- تجنب استخدام الألفاظ التى تحمل أكثر من معنى أو مصطلحات فنية التى قد يجهلها المستمع .
 - ٧- تجنب استخدام مصطلحات أجنبية إذا لم يكن لها ضرورة أو لا يعرف المستمع اللغة الأجنبية .
 - ٨- تفهم الحالة النفسية والمزاجية للمستمع واعرف أن الموضوعية المطلقة هدف بعيد المنال وأن الاختلاف في الرأى لا يفسد للود قضية .
 - ٩- لا تقاطع المستمع أثناء رده على رسالتك .
 - ١٠- خاطب المستمع على قدر ثقافته ، فإن ذلك يساعد على استقرار عملية التواصل و انسيابها .

١١- تأكد من توفير المناخ المناسب لضمان عملية الاتصال ،
مثال ذلك :

ريقة وقوفك أو جلوسك أثناء الحديث ، فإن الأمور تعكس مدي
اهتمامك بالمستمع.

١٢- اعرف أن المستمع ينصت دائماً لما يريد أن يسمعه .

١٣- تجنب أنقال المستمع بالتفاصيل والأرقام .

١٤- كن حذراً أثناء الحديث فإن المستمع يصدقة بناء على الثقة فيك .

١٥- حافظ على ابتسامتك وهدوء أعصابك أثناء الحديث ويمكن تلخيص
ذلك في كلمة واحدة كن منصتاً قبل أن تكون متحدثاً .

فقد أضاف كلاً من مصفي محمود أبو بكر ، عبد الله بن عبد الرحمن
البريدي عدة نقاط لتنمية مهارة الحديث كالآتى :

أ- اعرض ما تريد ان تقدمه من معلومات بصورة لا تثير دافع الاعتراض
أو رد الفعل الدفاعي أو الاتجاه السلبي لدى الطرف الآخر .

ب- استخدم صيغ التساؤلات التى تدفع الطرف الآخر للإجابة " بنعم "
لتوسيع نطاق الاتفاق وزيادة مساحة المنطقة المشتركة معه .

ج- إحذر من ان تشغل بالتفكير في تحضير الرد على الطرف الاخر أثناء
الكلام وقبل أن ينتهى من حديثه ، لأن حدوث ذلك يعنى أنك لم تتابع حديث
الطرف الآخر ولم تتفهم رأيه كاملاً .

هـ - عليك أن تلتزم بأصول وآداب المقاطعة للطرف الآخر
ومنها ما يلي:

- اعرض بدائل محددة لمواجهة الإطالة أو الاطناب في الحديث من
الطرف الآخر .

- استخدم التساؤلات لمواجهة سلوك الطرف الآخر في تعمد
الخروج عن الموضوع الأساسي وإدخال موضوعات جانبية أو
هامشية وإعادة الحديث إلى أصل الموضوع .

- استخدم أسلوب الاستئذان بشكل لبق لتقديم وجهة نظرك أو
اعتراضك أو تحفظك .

(ب) مهارات الإنصات الفعال:

الإنصات لا يعنى الاستماع ، فالاستماع هو الجانب العضوي من عملية الإنصات ممثله في صورته الإحساس بالموجات الصوتية فقط ، يلي ذلك ثلاث مراحل أخرى حتى يتحقق الإنصات وهى : التفسير ، والتقييم ، والاستجابة .

- الإنصات الفعال :

هو الاستماع المكرر لمجموعه من المعلومات حول موضوع ما يحاول المرسل إيصالها إلى المرسل إليه ، وذلك لتحقيق التفهم الكامل لذلك الموضوع دون أية مقاطعه من المرسل إليه ، ولا شك في إن من يملك مهارات الإصغاء فانه يملك أحد مقومات الاتصال البشرى الفعال ومن لا يملكها فهو إنسان فقد الطريق الى هذه الغاية ، فإذا كنت تتحدث مع آخر في الطريق وإنشاء الحديث مر إمامكما قطاراً على بعد أمتار معدودة منكما وكان ضجيجهم عالياً - ما الذى تتوقعه فى هذه الحالة؟ لا شك أن كل ما قيل أثناء مرور هذا القطار قد فقد تماماً ، واذ ان ضجيج القطار قد أحدث تشويشاً كفيلاً بإعاقه الاستماع وهنا نشير ان هناك فرقاً بين الاستماع والإصغاء فالاستماع هو عدم التفرغ التام لأليه الإصغاء مثل الاستماع الى الراديو أثناء أداء العمل أما الإصغاء هو الاستماع المركز .

مستويات الإنصات :

عندما تستمع إلى حديث يدور حولك وانت تتعلم او تقرا كتابا بتركيز حيث لاتعطى لما يدور من حديث حولك اذنا صاغية ولكنك فى نفس الوقت تعلم ان هناك حديثاً يدور حولك ، وبأمكانك الانتباه الى جزء معين فيه والتركيز عليه والإصغاء اليقظ قد تلاحظ ذلك فى المناسبات الاجتماعية او فى اللقاءات الجماعية حيث يبدو لك المستمع مصغياً باهتمام أنت تتكلم ولكنه فى الحقيقة يفكر فى اشياء أخرى ويخطط لمقاطعه حديثك او انهائه .

الإنصات :

ويعنى تفاعلك وتركيزك مع المتحدث ومحاولة معرفه أفكاره ومشاعره ومتابعته ، بشده واهتمام ، وهذا هو الإصغاء الفعال والمطلوب لتحقيق الاتصال مع الآخرين عند حديثهم معك .

قواعد أساسيه في الإنصات :

- التفرغ التام وعدم الانشغال بأشياء أو موضوعات أخرى .
 - تركيز الانتباه على كل ما يقوله المتحدث من أفكار رئيسية .
 - إعطاء الفرصة للمتحدث ليقول ويعبر عن كل ما يريد .
 - الإصغاء لغرض الفهم لا لغرض المناقصة والمعارضة .
 - الانتباه لكل كلمه تقال .
 - الانتباه للتعبير اللفظيه عن المتحدث (الأيماء - حركه الايدى - العيون)
 - محاوله قراءه مالم يقله المتحدث بصراحه .
 - تجنب التسرع فى اتخاذ القرار أو الرد والاستجابه .
 - تجنب تصنيف المتحدث وإطلاق الأحكام القاطعة قبل الانتهاء .
- كيف تحافظ على تركيزك للاتصالات ؟

من المشكلات التي تواجه عمليه الأصضغاء إن العقل يمكنه أن يعمل بسرعة تفوق سرعه التفوه بالحديث ، لذلك من الطبيعي أن يشرذ ذهن المستمع خلال حديث أحد الإطراف معه ، ولكي تمنع شرود ذهنك وترفع من درجه التركيز فى الإصغاء فأنه ينبغي أن تراعى الآتي :

- إن تجلس بالطريقة التي تجعلك تسمع وترى المتحدث جيداً .
- إن تركز وتشغل نفسك بما يقال .
- أن تكون مرتاحاً وغير منشغل بأي شيء آخر .
- لاتتخذ موقف مسبقاً من المتحدث أو الموضوع .
- تجاهل الأمور الفرعية التي قد تلفت نظرك .
- يمكنك أن تدون ملاحظاتك .
- تأجيل حكمك أو اتخاذ القرار باتجاه المتحدث حتى ينتهى من حديثه .
- لا تحاول المقاطعة بتصحيح كلمات المتحدث عندما يلفظها بطريقة خاطئه .
- اضبط ردود فعلك تجاه الكلمات المثيرة او المحرجه .
- لا تتخدع بالمظهر الخارجى للمتحدث فتصدر عليه أحكاماً مسبقه بناء على هذا المظهر .
- إسأل عما غمض عليك من حديث لتؤكد للمتحدث تفاعلك معه .

- حاول ان تفهم الأمور من خلال وجهه نظر المتحدث .
- حاول ان تكشف الهدف الذى يرغب المتحدث فى الوصول اليه .
- كيف تتحول من مستمع الى منصت ؟ فيما يلى أسس علميه وعمليه تمثل الجوهر لعمليه الانصات باكتسابها وممارستها تصبح منصتاً فعال .
- * لكى تكون منصت جيد :
- لا ترفع التكلفة بنيك وبني المتحدث بوجود اشخاص اخرين مهما كانت علاقتك به .
- لا تنتقل بموضوعات الأسئلة بسرعه كبيره ، فهذا يجعل المتحدث يشعر بانك غير مهتم بما يقول .
- سجل بعض النقاط المهمه .
- أسأل عند الحاجه .
- انظر الى عيني المتحدث ولا تقاطعه .
- لا تشغل باى شئ كالعيب بمداليه أو التحدث مع شخص اخر .
- تجنب الشرود الذهنى .
- اترك مسافه مناسبه بينك وبين المتحدث (المسافه المناسبه تعادل المصافحه بالأيدي) .
- تجنب هذه الردود
- لا تستخدم كلمات ذات صفه عامه مثل : لم أفهم شيئاً ، ما ذا تقول ؟
- لا أعرف ماذا أفعل .
- لا أرى ان هذه قضيه ذات قيمه .
- لايهمنى طالما ان الموضوع لا يخصنى .
- انا حر فيما أفعل .
- لا تتدخل الأمر لا يعنيك .
- هذه بسبب أخطاء (فلان)
- لا يمكن لهذا الحل ان ينجح .
- الم يخبرنى أحد بذلك .
- لقد اعتدت العمل بهذه الطريقه .

السكوت فى مواقف معينه .

من الأمور المهمه فى الارتقاء الوظيفى (السكوت) فإن النتائج المترتبه على الاعمال لاعلى الأقوال ، والقول فى غير موضعه كثيراً ما يسبب الفشل والسكوت المراد منه ان يكون عن الأمور التاليه :-

أولاً : عن الإنقاد ، فلا يفتح الإنسان فاه بانتقاد انسان آخر مربوط بالعمل أو غير مربوط به ، فإن انتقاد الانسان المربوط بالعمل وان كان على حق يثيره ، مما يسبب التقليل من نشاطه ، او قيامه برد فعل ضد المنتقد ، والانتقاد غير المربوط بالعمل بسبب إثارته بما لاداعى له ، فيؤثر كلام ذلك المنتقد فى اعصاب ونفسيه هذا المنتقد وينقص منه وكلا الأمرين يؤديان الى اضطراب بالعمل وخلق المشاكل .

ثانياً : عن الانتقاد الموجه اليه ، فإنه مهما بلغ الانتقاد ، فى النهايه لايؤثر فى الانسان اذا سكت ، خلال ما اذا اجاب المنتقد بالرد ، وان طال الزمان ، فان تكلم كانوا له او عليه.

ثالثاً: عن الهدر فى الكلام ، وهذا مما يبتلى به الكثير من الموظفين وقد كان احد احزاب (اليابان) الكبار ، شعارهم : " قلله الكلام كثر العمل " ، وما اجمله شعار ! وفى المثل ، العمل بكل صمت وهدوء علامة النجاح ، أما من تكلم قدر الضرورة لإنجاز مهمه فإن الكلام فى مثل هذا الموقع ضرورى وليس المقصود من السكوت الذى تجعله من شروط الموظف الناجح ، المنع عن مثل هذا الكلام " ان كان الكلام من فضه فالسكوت من ذهب "

تنمية مهارات الإستماع والإنصات:

يمكن للناطق الإعلامى ان ينمى مهاراته فى الاستماع والانصات من خلال مراعاة الامور التاليه :

أ - يؤدي عدم متابعه حديث الطرف الاخر الي عدم ادراك واستيعاب وجهه نظره او مطالبه ، مما ينتج عنه تعميق الفجوه بين اطراف التفاوض وعدم وجود منطقه مشتركة بينهم.

ب - يؤدي الاستماع الجيد والانصات العميق المتصل الي تفهم منهج تفكير الطرف الاخر ، والتعرف علي مآلديه من اوجه قوه ونقاط ضعف.

ج - يؤدي حسن الاستماع والانصات الي ادراك الطرف الاخر بأن لديه الرغبة القويه لفهم اهدافه ، وثم ايجاد جو من التفاهم والود والثقة .

د- يؤدي حسن الاستماع والانصات الي التاكيد تمتعك بعقليه متفتحه واستعداد نفسي وذهنى لما تقوله الاطراف الاخرى .

هـ - يجب ان تدرك ان حسن استماعك للطرف الاخر وانصائك له يعد اولى التضحيات التي تقدمها للطرف الاخر لاثبات جديتك وتقديرك له ، وعاده يحسب لك انك تنازلت من جانبك واتحت للطرف الاخر فرصه عرض مطالبه .

و- ان ادراك الطرف الاخر او شعوره بعدم اهتمامك بما يقول يعني عدم انصائك له لفهم ما يريد او عدم احترام لحديثه ، ولهذا انعكاسه السلبي العميق علي احتمالات استمرار التفاوض واتجاهات سير عمليه التفاوض .

مهارات التحدث

- استند في حديثك الي الادله والبراهين واستشهد بالقرآن الكريم
- الأحاديث القدسية والأحاديث النبوية الشريفة
- اعط المستمع دورا في الحديث والمناقشه .
- لاتغرق في التفاصيل التي ليس لها علاقه بالموضوع .
- تحكم بمخارج الحروف .
- لا تبالغ في استخدام المصطلحات الفنيه التي قد تعيق فهم المستمع لما تقول .
- ابتعد عن مظاهر الشك والظن السيئ .
- لاتكثر من الالاحاح والمبالغه في طلب التاكيدات
- ابق الحديث واللوم في اطار مشكله العمل ولا تنطرق الي جانب الشخصي .

قواعد الايتيكيت في الحديث

- قلل من استخدام (الانا قدر الامكان)
- تحدث بصوت منخفض وتجنب الانفعال ولا القسم باغلظ الايمان لتأكيد امر ما .
- لا تدخل في حوار جانبي مع احد الحضور وتمهل الباقيين .

- لا تتحدث بلغه لا يفهمها احد الحضور اذا كان بينهم شخص اجنبي او من لا يفهم اللغة العربيه التي تتحدثها بها ، لان في ذلك موضوع شك وتساؤل فيما اذا كان هو المقصود بالحديث.
 - لا تستخدم كلمات حاده وجارحه مثل انت مخطئ بدلا منها قل يمكن عمل ذلك بطرقه اخري أو لتوضيح نقطه ما ؟ هل هي حقائق مجردة أم هي رغبه في السيطرة على محدثك ؟ حدد هدفك من المناقشه فإن ذلك سيساعدك في اتباع الاستراتيجيه المناسبه .
 - إعرف جيداً من تخاطب : ما هي اتجاهاتهم نحو الموضوع ونحوك ؟ ما هي نقاط القوه والضعف لديهم ؟ مانوع الحاله النفسيه التي لديهم ؟
 - لا تندفع في المناقشة بدون معرفه الحقائق ، حينما تفهم تماماً موضوع النقاش وتتوقع كيف سيكون سلوك محدثك ، عندئذ تستطيع أن تعبر عن وجهه نظرك بفاعليه .
 - قم بطرح أسئله للحصول على معلومات تساهم في توضيح نقطه ما ، فإن طرح الأسئلة سيدفع محدثك للإجابة بما يساهم في تقويه موقفك
 - كن مباشراً وانظر الى عينى محدثك فهذا يعكس الأمانه والانفتاح ويدل بان ليس لديك ما تخفيه .
 - لا تحاول تبريراً أو تجاهل ما اذا ما لفت محدثك النظر اليه .
- * مهارات الكتابة**
- احضر جميع الأوراق والملفات ذات العلاقة .
 - انتبه إلى الأرقام والرموز .
 - لا تمزق الأصل خزن في الكمبيوتر .
 - تجنب الأخطاء اللغويه (الأرقام – الأعداد – الأخطاء الإملائية الشائعة)
 - لا تعتمد على المدقق الإملائي فقط .
 - قسم الموضوع الى فقرات (مقدمه – عرض – خاتمه)
 - استخدام علامات الترقيم .
 - راع أصول التنسيق والعرض .

*** قواعد الإتيكيت في الاتصالات المكتوبة.**

- راع المستوى التنظيمي الموجه اليه الإتصال ، فاذا كان المستوى الذى تكتب اليه أعلى تنظيماً تكون الكتابه بأسلوب يتضمن طلب الاحاطه أو الرجاء أو التكرم بالمواقفه .
 - اذكر الالقاب مع الاسم ان وجدت (الدكتور – الاستاذ – المهندس.. الخ)
 - استخدم تحية افتتاحيه مناسبه مثل :
 - تحيه واحتراما ، تحيه طيبه وبعد ،
 - وتفضلوا بقبول الاحترام .
 - وتفضلوا معاليكم بقبول فائق الإحترام (مستوى تنظيمى أعلى)
 - وتنتهي بتحية ختامية .
 - راع أن يكون حجم ونوع الخط سهل القراءه ، فالكتابه بخط كبير أشبه بمن يصرخ في وجه القارىء والخط الصغير مثار سخط وتذمر
 - تذكر ان النسخه الأصلية دائماً للجبه المعنون اليها الإتصال .
 - احرص على ثنى الورقه داخل المغلف بطريقه لا يضطر المستلم الى قلبها عند قراءتها .
 - احرص على نظافه المغلف .
 - لا تسلم مغلفاً مفتوحاً الى غير جهه الإختصاص .
 - لا تلمس بالخاتم الرسمي معلومات هامه مثل التوقيع واسم موقع الرساله
- مهارات التعامل مع الآخرين**
- لكى يكون أسلوب تعاملك مع الآخرين ناجحاً وفعالاً لا بد من اقامه علاقات طيبه مع الذين تتعامل معهم وان تتواصل بوضوح وان تتجنب المحابه والتحيز ويمكن توضيح قواعد التعامل مع الآخرين كالآتى :-

*** إقامه علاقات طيبه .**

هناك كثير من الناس عملهم وهو مساعده الآخرين ومثال ذلك المدرسون والمرضات والأطباء وفنيو المختبرات .

وإذا كنت عاملاً فى مجال المهن الطبيه المسانده ، فانك تنتمى ايضاً الى فئه المهنيين المساعدين للناس ، ولكى تصبح عاملاً ناجحاً لابد وان تقيم علاقات طيبه مع أولئك

الذين تود مساعدتهم ، ان اكتساب احترام الناس ومحبتهم وفهم نفسياتهم ومشاعرهم وادراك حاجاتهم يمكنك من تقديم الخدمة والمساعدة فى أفضل مستوى ممكن لهم . ويساعدك فى التغلب على جميع الصعوبات وحل جميع المشكلات التى قد تواجهك أثناء عملك .

أى شخصيه أنت ؟

من انت (شخصيتك) وماذا تفعل (تصرفاتك) هذان امران يؤثران فى نظره الناس اليك وتغييرهم فيك ، كما ان شخصيتك وتصرفاتك تؤثر فى نوع العلاقات التى تقيمها مع الناس فى المجتمع .

فأنت فى عمر معين وتنتمى لأحد الجنسين والى عائلته بعينها والى فئة اجتماعيه والى جماعه عمل معينه وربما تكون عضواً فى جماعه دينيه كل هذه العوامل تحدد كيف ينظر الناس اليك وماذا يتوقعون منك فأنماط السلوك المتوقعه من شخص ما تختلف باختلاف عمره وجنسه ديانتة والعمل الذى يقوم به .

تعرف نفسك شخصيتك بملاحظة كيف يتصرف الناس اتجاهك فاذا كان الناس يتجنبوك بصفه عامه ، حاول معرفه ذلك ثم حاول تغيير تلك النواحي فى شخصيتك التى تزعج المحيطين بك .

كيفية اقامه علاقات طيبه :-

كى تقيم علاقات طيبه لابد من قيامك باعمال أثناء قيامك بعملك ولا بد ان يكون بإمكانهم مشاهدتك ولا بد من قيامك باعمال يحس الناس بقيمتها وفائدتها . ولا بد ان تتصل بالناس وتعرفهم بطبيعه عملك ويجب ان تصغى اليهم أيضا اظهر لهم اهتمامك بمشاكلهم وحاجتهم . لا بد ان تكون موجوداً حين يحتاجون اليك .

- التواصل بوضوح .

فى كل يوم نمر به فى حياتنا نحاول مشاركته الآخرين أفكارهم ومشاعرهم ومعلوماتهم ، ويعرف ذلك بالاتصال والتحدث هو أكثر صور الاتصال شيوعاً الا ان هناك صوراً أخرى كثيره مثل :- الكتابه وتحريك الايدى والجسم وما الى ذلك . ان الاتصال جزءاً من علاقتنا الطبيعيه مع الآخرين ولا تقوم للعلاقات الطيبه قائمه من دون المشاركه فى الأفكار والمشاعر والمعلومات وعلى نفس المنوال فان

المشاركه تتم بشكل أيسر بين الناس تربطهم علاقات طبيه واقامه العلاقات الطبيه تسير جنباً مع تنميه مهارات الاتصال التى منها التحدث والعرض بوضوح .
ان هدف الاتصال الفعال هو التأكد من ان الناس يسمعون ويرون ويفهمون الرساله التى يتشاركون فيها ، لذلك فمن الضروري التحدث عن هذه الرساله وكتابتها وعرض بأسلوب واضح وبسيط ، وفى المقام الأول استخدام كلمات يفهمها الناس ومألوفه لديهم وثمه جانب اخر هو الايجاز وعدم الاطناب فالحديث من شأنه ان يشعر بالملل ويغيب الرساله عن اذهانهم
- الإصغاء و اظهار الاهتمام .

يقوم التواصل على الإرسال والاستقبال فعلى العامل فى مجال المهن الطبيه المسانده أن يصغى ليفهم اهتمامات وافكار الاخرين .
فالانصات هو طريقه للتعبير عن الاحترام ، لفهم ما يقوله الناس لك اهتماماً بالغاً ، وشجعهم على التحدث بحريه ، ولا توقفهم ولا تقاطعهم ولا تشزع فى جدالهم واثناء الانصات لا تلتفت الى أشياء أخرى ولا تشغل نفسك بالعمل بينما يتحدث الاخرون اليك .

- المناقشه والتوضيح

عقب انصاتك الى شخص ما عليك التأكد من انك سمعت حقيقه ما قاله وعندما تتحدث عليك بعد ذلك ان تتأكد من ان الشخص الآخر قد سمع وفهم رسالتك بشكل واضح وصحيح ، كما ان طرح الأسئلة يمكن ان يساعد على توضيح ما يقال مما يزيد من دقه التواصل بين الناس .

كذلك يحسن ان تقوم بتلخيص ما يقال فبعد ان تستمع الى شخص ما حاول ان تذكر له ما تعتقد انه قد قاله ثم اسأله عما اذا كنت قد فهمت أفكاره ومعانيه وافعل الشيء نفسه عندما تقوم انت بالحديث ، شجع مستمعك على ان يلخص كلامك ، فهذا النوع من النقاش من شأنه ان يوجد اتصالاً جيداً .

- الموضوعية

التحيز هو اتخاذ موقف مسبق من شخص أو قضيه بناء على معلومات أو افكار او معطيات سابقه وهو يعنى الحكم على شخص سلفاً لمجرد انه ينتمى الى جماعه معينه ، انه شعور قوى بالوقوف الى جانب الشخص سلفاً لمجرد انه ينتمى الى

جماعه معينه انه شعور قوى بالوقوف الى جانب الشخص أو ضده بسبب مستوى تعليمه أو مكان مولده ولكي تنجح فى التعامل مع الاخرين لابد ان تكون على وعى بأهوائك ومواقفك الخاصة ولا يبتغى أن تدع هذه العوامل تؤثر فى عملك فعليك ألا تحابى جماعة دون اخرى ، ومن الاهميه بمكان عزل المشاعر الذاتيه التى قد تسبب العناء او الأذى للجماعه التى تخدمها إن تدخل العامل الذاتى يقوض الثقة القائمه بين العامل وبين أفراد المجتمع والعلاقة الطبيه التى تربطنا بهم ، ويزيد من صعوبة العمل معهم ، علينا ان لا نتخذ المحاباه والتحيز سبلاً لمكسب نجنيه بينما لا يجنى الآخرون سوى الخسائر والمعاناه.

القواعد الماسيه فى التعامل مع الآخرين .

منذ بدء الخليقه والانسان بطبعه اجتماعى ، ويكره الوحده ، فتدخل نفسك بلا اناس من حولك ! هذه الصوره فعلا ستعيش بها إذا لم تحافظ على القواعد الماسيه

- ١- أصلح ما بينك وبين الله ، يصلح الله ما بينك وبين الآخرين .
- ٢- ألق التحيه على من تعرف ومن لا تعرف .
- ٣- ابتسم فى وجه زميلك ، فالابتسامه تنبىء بنفسية الطرف الآخر ، وتشرح الصدر وتسهل التعارف والكلام .
- ٤- ضع نفسك مكان الآخرين ثم اسمعهم من الكلام ما تحب أن تسمع
- ٥- إعرف نمط الإنسان الذى تتعامل معه ، ثم حاول الدخول له من خلال النمط المناسبه له .
- ٦- حافظ على مشاعر الآخرين ، واختر كلماتك بعنايه .
- ٧- لا تغضب .
- ٨- كن بسيطاً وغير متكلفاً فى تعاملك مع الآخرين .
- ٩- كن متواضعاً ، يعلو شأنك .
- ١٠- اوف بوعدك ، وعهدك وموعدك وصدق حديثك .
- ١١- حاول ان تقول شكراً لمن أدى لك خدمه ، فوقعها كبير فى نفسه .

إتيكيت التعامل مع الأجانب :

بعض القواعد العامه التى يجب مراعاتها فى التعاملات الدوليه ، وهى كالتالى :

- ١- احترم العادات والتقاليد الدينيه والاجتماعيه والسلوكيه للبلد الأجنبى .
- ٢- لا تذكر أبداً ملاحظات فيها نوع من الانتقاد فى أى شىء يتعلق بالشعب الأجنبى او سلوكياته ، حتى ولو على سبيل المزاح (فالأجانب قد لايتفهمون مزاحك معهم فى هذه المواضيع) .
- ٣- استخدم الألقاب المفضله والرسميه فى حديثك مع أى شخص اجنبى ، مع لقبه ومنصبه .
- ٤- استخدام أيه عبارات فنيه أو شعارات أو ماثورات مع الشخص الأجنبى بخلاف ذلك .
- ٥- تجنب استخدام أيه عبارات فنيه أو شعارات او ماثورات مع الشخص الأجنبى ، لأنها قد تكون مجهوله لديه .
- ٦- استخدام الرسميات فى حديثك للأجنبى ، الا اذا سمح لك الأجنبى بخلاف ذلك .
- ٧- اتبع الممارسات والتقاليد المرعيه فى البد الأجنبى فيما يتعلق بمواعيد العمل والالتزام باوقات الاجازات والعطلات .
- ٨- اطبع نفس بيانات كارت العمل الخاص بلغه العميل الأجنبى على الوجه الخلفى للكارت . وتجنب أيه اختصارات او معلومات قد تكون غامضه بالنسبه له .
- ٩- تفهم اذا كان الاتصال مع الأجنبى بمصافحه اليد مثلاً ، هل هو تقليد مستحب لديه أم مكروه ؟
- ١٠- أعلم ان تفسير نظرتك المباشره فى عين الإجنبى قد تعبر إما عن احترامك له أو عدوانيتك عليه .
- ١١- أدرس سلوكيات تناول الطعام فى البيوت والمطاعم فى البلد الأجنبى
- ١٢- فى المحادث تجنب الخوض فى الموضوعات الحساسه مثل : الجنس ، الدين ، والسياسه ، فتناول هذه الموضوعات بالحديث قد يضايق محدثك الأجنبى .

١٣- تعرف المحظورات فى الدول الاجنبية فيما يتعلق بطريقه الملبس او تناول الكحوليات والسجائر وحتى بعض الأطعمة .

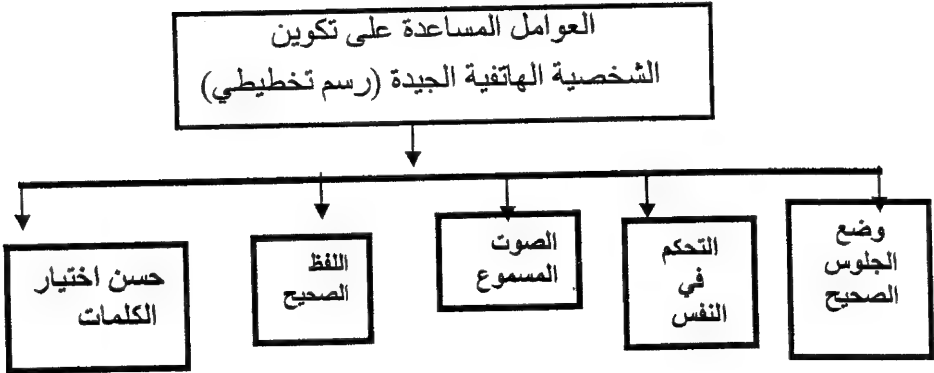
١٤- راع التقاليد الإجتماعيه للبلد الأجنبى فيما يتعلق بدور المرأة ووضعها داخل السياق الاجتماعى والعلمى .

(هـ) مهارات الإتصالات الهاتفية .

كيف ترسم لنفسك شخصيه هاتفية جيده ؟؟

الشخصيه الهاتفية الجيده هى التى يرسمها المتحدث فى ذهن المستمع الذى يتحدث اليه عبر الهاتف بمجرد سماع صوته ، الصوت الهاتفى الذى يشيع الموده والاهتمام هو الصوت الفعال والذى يمثل الشخصيه الهاتفية الناجحه ، أما الصوت الضعيف الذى يثير الملل وعدم الاهتمام فهو يدل على :

- عدم قدره على التصرف
- عدم الرغبه فى تحمل المسئوليه .
- عدم التعبير الجيد عن النفس



الوصايا العشر لاستخدام الهاتف

المهارات الفعالة في الاتصالات الهاتفية : استخدام التليفون	
١- وضع الجهاز من الناحية اليسرى	٢- وضع السماعة في مكانها الصحيح
٣- الاحتفاظ بأحدث الأدلة الهاتفية	٤- الاحتفاظ بنماذج تسجيل المكالمات
٥- الإلمام بكيفية إجراء المكالمات	٦- اكتساب مهارة كتابه الرسائل الدولية
٧- تجنب الاتصالات الشخصية أثناء العمل	٨- التعرف على أماكن تواجد المدير وكبار الموظفين
٩- الإلمام بكيفية تشغيل الاجهزه الهاتفية	١٠- تمثيل مدير المكتب لمديره

لنجاح الاتصالات الهاتفية يجب ان يتمتع القائم بها بالمهارات المطلوبه ، وان يلم بالاداب الواجب مراعاتها فى هذا المجال ، فإذا التزم بتلك الآداب وطبقها فانه يخدم رئيسه وشركته ويحقق لنفسه مكانه وظيفيه عاليه ومرموقه .

ويحتاج القائم بهذا العمل إلى أربع مهارات متكاملة لزيادة فعاليه اتصالاته ، وهى

- استخدام أدله الهاتف والأوراق الصفراء .

- إجراء الاتصالات المحلية والدولية .

- استقبال الاتصالات الوارده وتحويلها .

- إدارة الحديث أثناء الاتصال .

وفى حاله الاتصالات الدولية يجب مراعاة مايلى :

- ١- الانتباه إلى فرق التوقيت .

- ٢- التأكد من مفتاح البلد والولاية أو المدينة .

- ٣- التفريق بين أرقام الهاتف وأرقام الفاكس .

- ٤- اللغة التي يمكن أو يفضل إن يدور فيها الحديث .

- ٥- تجهيز كل المعلومات والأرقام الضرورية لاستكمال المكالمة قبل إجرائها

- ٦- الاستعداد لتسجيل أيه معلومات أثناء المكالمات أو لتسجيل أرقام جديدة أو

أخذ رسالة .

٧- الاستعداد لتقديم معلومات وأفيه عن الموضوع والشخص المتصل وأرقام الاتصال به .

قواعد الاتيكيت في الاتصالات الهاتفية

فى كل مره ترفع فيها سماعة الهاتف فانك بذلك تعكس صورته منظمتك إمام الآخرين فبالنسبة لكل المتصلين أنت الشركة والمؤسسة والوزارة وهذه بعض المحاذير والنصائح التي يمكنك أخذها بعين الاعتبار :

١- لا تأكل أو تمضغ (اللبان) اللعك أثناء الحوار سواء كان فى فمك ماء او طعام ، تخلص منه قبل رفع السماعة .

٢- امنح محدثك الإحساس بان ما يقوله هام ولا تقاطعه ان اختلفت معه في الراى .

٣- حاول ان تبثسم وان كان المتحدث لا يراك . سيدرك المتحدث فوراً انك سعيد وراغب فى الحديث اليه . كما ان عضلات الوجه المنشرح تؤثر ايجابياً على نبرات الصوت .

٤- لا تتحدث مع أشخاص آخرين أثناء المكالمه الهاتفية . إذا اضطررت للحديث أو الاستفسار ، استأذن من المتحدث على الطرف الآخر موضحاً سبب المقاطعه .

٥- لا تشغل فى أعمال جانبية أثناء الحديث . فإن كانت المكالمه هامه يجب انهاؤها بكل تركيز ، وان لم تكن هامه يجب انهاؤها بكل لبقه .

٦- تحدث ورد دائماً بالكلمات لا بالهمهمات والاشارات .

٧- استخدم لغتك الأصلية دائماً ، ولا تتحدث بلغه أخرى الا اذا كان المتحدث لايتقن لغتك .

٨- اذا اضطررت لقطع المكالمه أو ايقافها ، اعتذر من المتحدث وبين له سبب الانقطاع .

٩- لا تستخدم لوحه مفاتيح الكمبيوتر أثناء الحديث ، واذا اضطررت لا ستخدمها لتسجيل المعلومات يملئها المتحدث ، وضح له ذلك

١٠- تذكر أن الشخص الذي بدأ المكالمه هو الذي يبتغى إن ينهيها .

(و) مهارة أدراة الوقت :-

هي تلك المهارات السلوكية التي تعنى : قدرة الفرد على تعديل سلوكه وتغيير بعض العادات السلبيه التى يمارسها فى حياته لتدبير وقته واستغلاله الاستغلال الأمثل ، والتغلب على بعض ضغوط الحياة .

ومن أهم هذه المهارات

- ١- الالتزام بالمواعيد واحترام الوعد والعهد والصدق في القول
- مهاره الفرد فى السيطرة على الوقت المتاح للعمل او عدم تحديد بدايه الأشياء ونهايتها .
- قوة الإراده والإصرار على تنفيذ المهمة فى موعدها مهما كانت الظروف
- الإلتزام والولاء للمهمه والعمل أو المنظمه او جماعه العمل .
- كسر الروتين والرتابه فى العادات والممارسات اليوميه والاصرار على النجاح والتفوق دائماً مهما كانت الظروف والعوائق النفسيه والاجتماعيه
- اكتساب عادات جديده واتجاهات ايجابيه نحو الوقت وتقديره واحترام الإلتزام به وجعل هذه العادات الجديده سلوكاً دائماً .
- التفكير بحلول ايجابيه للمشكلات التى تواجه عمليات الإلتزام بالوقت .
- وضع اهداف طويله وقصيره الاجل وذات معنى للحياه والعمل والاستمتاع بتحقيق هذه الاهداف .
- توزيع ساعات العمل اليوميه والأسبوعيه والشهرية لتكون ساعات ممتعه وذات معنى ومشتمله على الجد والمرح والمتعه والهوايه والتشويق .
- عمل توازن بين النشاطات النفسيه والجسميه والذهنيه عن طريق ممارسه الهوايات الرياضيه والفكرية والألعاب والإجتماعات مع الأصدقاء والمعارف .
- التغلب على الضغوط الطارئه ومواجهتها بروح رياضيه وابتكار الحلول للتغلب عليها دائماً .

كيف تزيد فاعليتك فى إدارة وتنظيم الوقت :

اتبع هذه الخطوات :

- أعمل بذكاء وبتمهل وليس بصعوبة وتسرع .
- تعامل مع الأعمال الصعبة في الفترة الصباحية .

- حدد النشاطات والمهام التي تنوى أنت القيام بها .
 - اجعل عمليه تبني الأولويات ووضعه عاده من عاداتك الرئيسية .
 - قم بعمل واحد في وقت واحد .
 - أبعد أي شيء ليس له صلة بالعمل الحالي .
 - استقد قدر الإمكان من مبدأ التفويض .
 - حدد أهدافك لتكون واقعيه وقابله للتطبيق .
 - ضع جدولاً يومياً للاتصالات الهامة والمقابلات الهامة والاجتماعات .
 - لاتؤجل الأعمال الهامة ذات الحاجة الملحة وحاول أن توجد حلاً لها .
 - لا تحاول إن تنتقل عمل المكتب إلى منزل .
- القضاء على العادات السيئه :

- لكي تكون فعالاً في إدارة وقتك لابد من القضاء على العادات السيئه التي تعيق من فعاليتك في ادراء وقتك باتباع الخطوات التالية :
- حدد العادات السيئه والمطلوب التخلص منها .
 - سجل الهدف بوضوح .
 - حدد المشكلات المترتبة على هذه العادة .
 - كن صبوراً واستعن بالآخرين .
 - كن ايجابياً وابتعد عن تذكر الماضي أو استعادته .
 - كن حازماً مع نفسك وفي تصرفك .

(ز) مهارة استخدام لغة الجسم

خلال السنوات الاخيره تم تأسيس واكتشاف علم جديد ومثيره هو علم لغة الجسم Kinesics، أسسه علماء السلوك والنفس بهدف دراسة معاني حركات الجسم والاشارات الحسيه التي يرسلها كل واحد منا إلى الآخرين بمعنى إن هذا العلم يهتم بدراسة السلوك أو الاتصال غير اللفظي ، وكما سنرى سنجد إن علوماً اخرى اهتمت بهذا العلم وحاولت إن تسهم في بناء قاعدة معرفيه له ، والاستفادة من موضوعاته في تطوير وتحسين عمليات الاتصال للمشغلين في مجالات هذه العلوم المهنية .

لا بد لك أن تتعرف على مهارتك لغة الجسم إن تعرف على بعض التعريفات الخاصة بلغة الجسم كالآتي :

تعريف لغة الجسم :

هناك بعض التعريفات في هذا الشأن نذكر منها :

١- تعريف ادوارد هول Edward Hall : لغة الجسم هي لغة صامتة

Silent Language غير لفظية تستخدم الإشارات والإيماءات الصادره عن جسم الإنسان في المواقف المختلفه كناقل للمعنى .

٢- تعريف فريد لوتنهانس Fred Luthans : لغة الجسم هي اتصال غير

لفظي ولغة غير مكتوبة تشير الى استجابات الانسان غير الكلاميه مثل تعبيرات الوجه والإيماءات والاشارات والحركات والمسافه بين الأشخاص

٣- تعريف جون هاس John Hass : لغة الجسم تتضمن حركات الجسم

سواء اراديه او غير اراديه بكامل الجسم أو بجزء منه لبث رسالة انفعاليه الى العالم الخارجى اى هي سلوك غير كلامى لدى الكائن الحى .

٤- تعريف آلان بيز Allen Beez : لغة الجسم هي اتصال غير لفظي يعتمد

على التواصل بين المرسل والمستقبل باستخدام التلميحات والاشارات والحركات الصادره عن الجسم .

٥- تعريف نيرنبيرج وكاليرو Nernberg & Kalero : لغة الجسم هي لغة

صامتة ، يتم الاتصال فيها بدون كلام بواسطه الاشارات والايماءات والحركات الصادره عن الجسم .

٦- تعريف كتاب وهول Knapp & Hall : لغة الجسم هي اتصال غير

لفظي لا يعتمد على الكلمات والألفاظ في توصيل الرساله من المرسل الى المستقبل ، بينما يعتمد على ما يصدر من الجسم من حركات واشارات وايماءات ونغمات الصوت .

٧- تعريف عبد الله بن عبد الكريم : لغة الجسم هي لغة غير لفظية تشمل

الحركات والاشارات والايماءات والتعابير الصادره عن اجزاء من جسم الانسان فى موافق مختلفه ، وهذه اللغة تحمل معانى ودلالات رمزيه

وتساعد على التواصل مع الآخرين والتأثير عليهم بطريقة ايجابية أو سلبية .

٨- تعريف حسين احمد شفيق السكرى : لغة الجسم هى الاتصال غير المنطوق من خلال حركات الجسم

٩- تعريف حسين حريم : لغة الجسم هى اى رساله ترسل وتستقبل مستقلة عن الكلمه المنطوقه او المكتوبه ، وتتضمن عوامل مثل : استخدام الوقت المكان والمسافه بين الاشخاص وترتيب الجلوس وموقع المكتب والأثاث

فى ضوء ما سبق من تعريفات يمكن تعريف لغة الجسم بانها : لغة الجسم هو اشارات وحركات اراديه وغير اراديه تصدر من الجسم باكلمه او بجزء منه : لارسال رساله انفعاليه الى المحيطين بالانسان ولهذه اللغه فروع ومفردات تتمثل فى لغات الوجه ، والصوت ، والاصابع ، واليدين ، واللمس ، ووضعيه وحركات الجسم ، والمظهر ، والألوان والمسافات ، والفراغ المكاني ، والدلالات الرمزيه لاستخدام الوقت .

١٠- تعريف الدكتور رفعت عارف الضبع : لغة الجسم هي جميع الحركات الصادرة عن أجزاء الجسم تحمل رسالة معينة إلى الآخرين

فروع لغة الجسم :

يمكن ان نقول ان لغة الجسم لها فروع او لغات عديدة نستخدمها فى الاتصال بالآخرين نذكر الرئيسى منها كالتالى : يقول الله سبحانه وتعالى : (وَإِذَا بُشِّرَ أَحَدُهُمْ بِالْأُنْثَىٰ ظَلَّ وَجْهُهُ مُسْوَدًّا وَهُوَ كَظِيمٌ ﴿٥٨﴾ سورة النحل ، الآية 58) هو كظيم : ممتلئ غيظاً لا يستطيع له تصريفاً

١- تعبيرات الوجه والجبين والحاجبين :

الوجه الانسانى جهاز يتكون من ٤٤ عضله منفصلة ، اربع منها معده

للمضغ ، والأربعون الباقيه خاصه بالتعبيرات

الوجهيه ، والوجه البشرى بهذا الرقم الكبير من العضلات يتفوق على

كل الاجناس

يوضح برنت روبن Print Robin ان الوجه فى مجموعه يكون نظاماً متكاملًا ، تتفاعل فيه كل مكوناته من جبهة وحاجبين وعينين وانف وإذنين وشفيتين وذقن ، وتوجد بينها علاقة متبادلة ، بحيث تؤدي جميعاً أعمالاً وظيفية (مكملة للأعضاء الأخرى) بالإضافة الى مايسهم به كل منها من أهميه في المظهر الكلى للوجه

ويقول جون هاس John Hass إن وجه الانسان هو العضو الاكثر تعبيراً ، وهو يقوم بنقل كم ضخم من المعلومات لمن يقوم بملاحظته على نحو دقيق . ويعبر الوجه عن سته من الانفعالات هى :

- ١- السرور (السعاده) .
- ٢- الحزن .
- ٣- الغضب .
- ٤- الخوف .
- ٥- الدهشه .
- ٦- الأشمزاز

ويشير عبد الله عبد الكريم الى ان الوجه هو أكثر الاماكن التى نركز عليها النظر عندما نتحدث ونتفاعل مع الآخرين من حولنا .

ويرى بول ايكمان Paul Ekman وزملاؤه أن دور الوجه فى التعبير عن الحالة النفسية (سواء كانت فرحاً أو حزناً أو خوفاً ..) للإنسان ، أمر مشترك لدى كافة الجنس البشرى .

أى انه من خلال تعبيرات الوجه يمكن توصيل مشاعرنا للآخرين حبا او كرها تقبلا او عدم تقبل وبالتالي يحقق التوافق الاجتماعى الذى قد لا يتحقق دون هذه الرسائل ومن جهة اخرى تمكننا تعبيرات الوجه من اختبار حالتنا الانفعالية ذاتها بدون هذه التعبيرات قد لا نشعر بالانفعال .

وهذا يثبت حقيقه المقوله الماثوره التى تقول : " مشاعرنا مكتوبه بوضوح على وجوهنا "

ففى إحدى الدراسات عرضت مجموعات من الوجوه المعبره عن حالات انفعاليه معنيه على جماهير من الطلاب والناس من فئات معينه مهنيه مختلفه فى ست حضارات هى اليابان ، البرازيل ، شيلي ، الارجننتين ، الولايات المتحده الأمريكيه ، طلب منهم جميعاً ان يصفوا الحاله الانفعاليه المصاحبه لكل صورة ، فتبين ان هناك تقارباً كبيراً فى الأحكام خاصه بالنسبه لسته انفعالات هى : السعاده ،

والخوف ، والدهشه ، والغضب ، والأشمزاز ، والحزن ، وقد كانت النسبه على النحو المبين فى الجدول الأتى :

جدول رقم (٤)

النسبة المئوية للأحكام الانفعالية فى حضارات مختلفة

البلد	حزن	اشمزاز	غضب	دهشه	خوف	سعاده
اليابان	٧٤	٧٢	٦٣	٨٧	٧١	٨٧
البرازيل	٨٥	٨٦	٨٢	٨٢	٧٧	٩٧
شيلي	٩٠	٨٥	٧٦	٨٨	٧٨	٩٠
الارجنتين	٨٥	٧٩	٧٩	٩٣	٦٨	٩٤
الولايات المتحده	٧٣	٦٩	٦٩	٩١	٨٨	٩٧

وتؤكد النتائج فى الجدول السابق ان احكام الأفراد فى الحضارات المختلفه على تعبيرات الوجه وما يرتبط بها من حاله انفعاليه تكاد تتطابق ، ويبدو ان ما افترضه داروين منذ اكثر من مائه سنه امر صحيح على الأقل بالنسبه للانفعالات الستة السابقه واذا كانت الاحكام على الوجه بهذه الدقه ، فإن معنى هذه ان الوجه يتشكل بطريقه متماثله فى الحضارات والمجتمعات الانسانيه المختلفه عندما نكون بصدد التعبير القوى عن الانفعال .

ومن ضمن تعبيرات الوجه استرخاء الجبه الذى يدل على السعاده والراحه والطمأنينه وتقطيب الجبه الذى يدل على الغضب أو الاعتراض والحاجبان أيضاً كما يشير محمد كشاش

الاتصال البصري : Visual Communication

يقول الله سبحانه وتعالى :

(إِنَّ السَّمْعَ وَالْبَصَرَ وَالْفُؤَادَ كُلُّ أُولَئِكَ كَانَ عَنْهُ مَسْئُولًا)

(سورة الإسراء ، الايه ٣٦)

لحاسه البصر أهميه كبيره فى حياة الإنسان فهي قناه رئيسيه الاستقبال الإشارة من العالم الخارجى هذا ويتسم الجهاز البصرى للإنسان بدرجة عاليه من التعقيد .

وبصفه عامه فإن الجهاز البصرى يتكون من ثلاثه اجزاء هى العين والعصب البصرى والمركز البصرى فى المخ فالعين تقوم باستقبال الضوء الصادر عن الاجسام الموجوده فى البيئة المحيطة بالإنسان ثم تنقل الصورة بواسطه العصب البصرى الى المركز البصرى فى المخ ، والذي بدوره يقوم بتمييز وادراك هذه الصورة وتفسيرها .

ويطلق على الاتصال البصرى مصطلحات مشابهه مثل : الاتصال بالعين Eye Contact ولغه العيون Eye language.

ويوضح عبد الله الكريم بان :

نظرات العيون لها اهميه كبرى فى الاتصال البشرى والطريقه التى ينظر بها الفرد لشخص اخر ترسل الكثير من المعاني المتعلقة باهتماماته ومقاصده وميوله . ويشير محمد كشاش الى ان العين تنطق باغراض شتى شأنها شأن اللسان ولكن ميزاتها فى بعض الأحيان الكتمان والتورية .

بينما يرى رالف أميرسون ان عيون البشر تتحدث تماماً كآلسنتهم لكن بميزه واحده وهى ان لغه العيون لا تحتاج الى قاموس بل هى مفهومه فى جميع انحاء العالم .

ويقول الين بيز Allen Beez إنه عندما تنظر عين فى عين شخص تبدا عمليه الاتصال واثار ايضا الى ان ٨٧ % من المعانى تأتى عن طريق العيني ، و ١٣ % عن طريق باقى الحواس ويعتبر اغماض العينين وفتحها بسرعه علامه على التوتر والقلق ، اما اغلاق العينين والتحدث الى شخص آخر فيعنى انه يحاول عدم الاستماع الى ما تقوله وهذه خاصه مرفوضة فى آداب التعامل مع الآخر (فهو لا يستطيع اغلاق أذنيه ولذلك يقوم باغلاق عينيه على سبيل الرمز) وكذلك فإن الاعتقاد الشائع بان الشخص الذى يكذب يحول عينيه عن يتحدث اليه ويتجنب مواصلة الاتصال بالعين وهو اعتقاد صحيح تمام باستثناء الشخص الذى يدرك هذه الحقيقه ويوقم بالمبالغه فى الاتصال بالعين فى محاوله لاقتناعك بصدقه ، فبؤبؤ العين ينبسط عندما يشاهد الشخص او يسمع شيئاً طيباً وينقبض اذا كان الشيء غير ذلك

(وهى حركه ظاهرة يمكن لمن ينظر الى هذا الشخص ان يلاحظها) .

هذا ويمكن ادراك مشاعر الآخرين عن طريق النظر اليهم وملاحظه تعبيرات وجوههم ودرجه الاضطراب العاطفى اما بملاحظة ملامح الوجه او اتساع حدقه العين ويتضح ذلك من الاهتمام والتركيز او الصداقه او العدوانيّه او الازدراء والتهمك

ولقد أشار كثير من الباحثين الى ان التقاء النظرات يدل على إبداء الرغبة فى التفاعل ولذا فلا غرابه فى ان نلاحظ ان الأفراد الذين يتبادلون النظرات فيما بينهم يكونون اكثر فاعليه فى تعاملهم مع بعضهم البعض .

إن الاتصال بالعيون مع الآخرين أحد اساليب تنبيههم بانك تتحدث معهم وتطلب منهم الانصات لك . اما ان تنظر الى الارض او السقف فهذا يعطى انطباعاً انك تتحدث الى الغرفه وليس الى الأشخاص وتلك صفة مرفوضة في آداب السلوك الاجتماعى مع الآخر

وهناك سبب اخر هام للاتصال بواسطه العين فهذا الاتصال هو مصدر للتغذية الاسترجاعيه يبلغك بمدى نجاحك امام المستمعين : هل يصغون اليك ؟ هل يفهمون ؟ هل يتفقون معك ؟ هل انت تتكلم بسرعه ؟ هل تغطى جميع نواحي النقاط معينه ؟ إنك لن تحصل على جواب فورى على ذلك اذا لم تنظر الى المستمعين إذا كان المستمعون مجموعته صغيره فيمكنك تحقيق الاتصال بالعين مع كل واحد منهم عدداً من المرات ولكن ذلك لا يحدث بشكل الى انما يتطلب جهداً مخططاً ومدرّساً من جانبك ، فإذا ما كان عددهم كثيراً يمكنك إعطاء انطباع بانك تقوم بالاتصال مع الأفراد بأن تركز على عدد قليل من الأشخاص فى مختلف انحاء القاعة ، فتركز على واحد ثم تسير ببطء الى الآخر ، ولكن لا تلقى بالنظرات السريعه ، ولا تنس الأشخاص الذين فى أقصى يمين القاعة أو أقصى يسارها .

إن أمثلة على لغة العيون كثيرة ، وتطبيقاتها متشعبة ، كما فى استغلالا الاتساع اللاواعى لحدقة العين عندما يرى المرء شيئاً يعجبه ويسره ، فقد أجريت تجارب ، على المستوى التجارى للالتقاط الأثر الذى يتركه الإعلان التلفزيونى على المشاهد ، فقد وضعت عينة على جمهور المشاهدين تحت التجريه والتقط فيلم تصويرى لعيونهم خلال فترة بث الإعلان ثم درس الفيلم بعنايه فى ما بعد لمعرفة متى تنسع حدقة العين ، أى متى يستجيب المشاهد بطريقة ايجابية للإعلان .

٣- التعبير بالأنف : Nose Expressions :

يقول الله سبحانه وتعالى :

(وكتبنا عليهم فيها أن النفس بالنفس والعين بالعين والأنف بالأنف والأذن بالأذن والسن بالسن والجروح قصاص)
والأنف هو ابرز ما فى الجبهة وبه حاسه الشم وهو كما يشير عبد الله بن عبد الكريم يرمز للإباء بالسن والجروح قصاص)
ولمس الأنف او حكه أثناء التحدث مع الغير قد يعتبر إشارة للشك او عدم الوثوق بالنفس وهو سلوك مرفوض فى الذوق والتعامل مع الآخر
كما نلاحظ ان قيام شخص بالضغط على أو الأمساك بأنف شخص آخر أثناء حديث غاضب او شجار ، يرمز الى الإهانة والتحقير فى الثقافة العربية وبعض الثقافات الأخرى .

٤- حركة الشفاه والفم : Lips & Mouth & Movement

الشفاتان تستخدمان عادة فى الحديث والابتسامه والضحك وتبادل القبلات وتقوم لغة الشفاه على قراءة الشفاه ، وتعتمد على قدرة الشخص على ملاحظة الفم واللسان والحنك وترجمه هذه الحركات الى أشكال صوتيه .
وهذه الطريقة تعتمد أساسياً على مدى فهم الشخص للمثيرات البصرية المصاحبه للكلام ، كتعبيرات الوجه وحركة اليدين ومدى سرعة المرسل ومدى ألفة موضوع الحديث للمستقبل .

ومن التعبيرات الشائعة للشفاه يمكن ان نذكر :

- ١- التقييل .
- ٢- مصمصه الشفاه للأمام تدل على عدم الرضا وهو سلوك مرفوض وفقاً للاتيكييت
- ٣- ضم الشفاه للداخل مع الضغط عليها يدل على التوتر والقلق .
- ٤- الإبتسامه .
- ٥- الضحك .

وبالنسبة للتعبيرات الشائعة للفم يمكن ان نذكر

١- فتح الفم بدرجة كبيرة يدل على عدم التصديق . وهو سلوك مرفوض في الاتيكيت

٢- فتح الفم نصف فتحه يدل على الخوف .

٣- التثاؤب يدل على الرغبة فى النوم وعدم الاستعداد للاستمرار فى الحديث مع الآخرين أو ان الوقت غير مناسب لاستمرار الاتصال بالآخرين .

٤- الضغط على الاسنان يدل على التوتر .

وسوف نتحدث هنا عن التقبيل والابتسامه والضحك كأمثلة على تعبيرات لغة الشفاه والفم والتي غالباً ما تدل على حاله المعنويه المرتفعه لدى الشخص وعلى حاله النفسيه الاجيابيه لديه من سرور وفرح وتفاؤل .

التقبيل :

للتقبيل انواع عديدة ، وكل نوع يدل ويشير الى معنى مختلف ومن امثلة هذه الانواع نذكر :

١- تقبيل الانسان ليد . وهذا يشير الى انه يحمد الله عل نعمة التى اسبغها عليه

٢- تقبيل الإنسان ليد والدته أو والده أو أجداده ، وهذا يشير إلى مكنه هذا الإنسان من احترام وتقدير وحب لوالديه .

٣- تقبيل الإنسان لزوجته أو الزوجه لزوجها وهذا يشير الى الحب والعاطفه التى تجمعهما .

٤- تقبيل الانسان لابنائه وهذا يشير ايضا الى الحب الذى يكنه الإنسان لفلذات كبده .

٥- تقبيل الإنسان للقران الكريم وهذا يشير الى الحب والاحترام والتقدير والتعظيم لهذا الكتاب الكريم .

٦- تقبيل الإنسان لعلم بلاده وهذا يشير إلى حب هذا الإنسان لبلده وولائه وانتمائه له .

Smiling : الابتسامه

ويقول رسول الله صلى الله عليه وسلم (تبسمك في وجه أخيك صدقة)

المرح Fun يجعل الدنيا جميلة وربيعاً دائماً ، أم العبوس فيجعلها ثقيلة وسوداء .

الحياة مدتها قصيرة ، فلماذا لا نجعلها حافه بالمرح والفكاهه والهادفه و ضحك والابتسام؟

ابتسم للناس فالعبوس والتجهم يتطلب تحريك ٧٢ عضلة أما الضحكة فتتطلب تحريك اربع عضلات فقط .

ويصنف عبد الله بن عبد الكريم الابتسامه الى نوعين هما :

١- الابتسامه الصادقة والنابعة من القلب .

٢- الابتسامه الزائغة والمصطنعة حيث يمثل صاحبها الفرح والاستحسان ويخفي المشاعر البغيضة ولذلك يقال احذر زوي الابتسامه الصفراء لأن ابتسامتهم مفتعله وباهته والاتيكيث يرفض ذلك .

ويمكن حصر بعض فوائد الابتسامه في الاتي :

١- تفتح لك الأبواب .

٢- بداية عمليه الضحك .

٣- بداية تكوين اتصال جيد .

٤- بداية تعاون منتج .

٥- بداية تكوين صداقه جديدة .

٦- يرغب الآخرون في العمل معك .

٧- توجد جواً من السعادة لديك ولدى الآخرين .

٨- تجعل وجهك طفولياً ومقبولاً .

الضحك Laughing :

الضحك غريزة أساسيه للإنسان ترتبط بمشاعر البهجه والفرح .

الضحك لغه عالميه يتكلمها ويفهمها مختلف الأفراد فى مختلف الاعمار ومختلف القارات فعندما يشترك اثنان فى الضحك يقام بينهم جسر معنوى وقناه اتصال تنقل رساله غير منطوقه لا تنقصها الفصاحه تقول : نحن بشر سواء ، وان اختلفنا فى المراكز أو المؤهلات أو غيرها ، فلسنا غرباء بعضنا عن بعض

الضحك فى العمل ليس هدفاً فى حد ذاته ، وإنما وسيلة لكسر حاجز العزلة بين بيئة العمل المصطنعه وبين حياتنا الطبيعیه هذا يعنى ان الضحك الهادف فى بيئة العمل ضرورة لا رفاهیه فهو يدعم شعور الموظف بالسعادة ويساعده على الأسترخاء ويقلل التوتر لديه ويقرب بين العاملين فى المنظمه سواء كانوا رؤساء أو مسؤوليين ويقربهم الى العملاء ..

نحن فى امس الحاجة الى تشجيع الضحك الهادف فى منظماتنا ، بل نحن فى حاجه إلى كل حيلة ممكنه للخروج من قالب الجدية الزائف الذى تصطبغبه معظم هذه المنظمات .

لكن هذا لا يعنى ان يتحول الضحك الى سخر وسخرات ومقالب تتحول مع الوقت الى استهتار وعدم التزام فما نعينه هنا هو ببناء بيئة عمل بعيدة عن الجمود والروتين المعوق والعنف وحرق الاعصاب والتكشير وملامح الوجه القاسيه ... ، وقريبه من التفاعل الايجابى والتناغم ومفعمه بالروح الانسانيه المرحه التى فطرنا الله عليها .

وقد يتصور البعض " خطأ ان نشر المرح وإشاعه المرح والبهجه يتعارضان مع الجديه والتركيز ، غير ان الدراسات الإداريه والنفسيه اثبتت ان تأهيل الموظفين ليتعلموا المرح والضحك يؤدى الى زيادة الانتاجيه والإبداع لديهم .

بل إن كثيراً من الشركات فى الدول المتقدمه ترفع شعار " الإدارة المرحه " Funny Management وتخطط انشطه للهو وتوزيع جوائز للذين يضحكون ، بل وتقيم الحفلات وتدعو فيها الكوميديين المعروفين وتتبادل فيها النكات .

والقاعدة هنا تقول : الذين يضحكون معاً يبقون معاً وسينجحون معاً والضحك خير دواء مقوله تتناقلها الاجيال منذ آلاف السنين ، لكن فى السنوات الاخيره فقد ظهرت دراسات علميه وطبيه تؤكد التأثير الحيوى والإيجابى الذى يتركه الضحك فى النفس والبدن .

لقد أثبت د.لى بيرك أن الضحك والمرح يؤديان الى تكاثر تلقائى للكريات الليمفاويه فى جسم الإنسان ، مما يؤدى الى تكوين عدد اوفر من خلايا " T cells " التى تعتبر عنصراً رئيسياً فى الجهاز المناعى للإنسان ، أى أن المرح يقينا ايضا من الامراض فهل لنا ان نمرح الآن ؟

واظهرت دراسات حديثه ان هناك تغيرات فسيولوجيه ايجابيه تصاحب لجوء الإنسان الى الضحك والمرح كاسلوب فعال لمواجهة أمراض العصر مثل : القلق والتوتر والخوف والغربة والإنطواء والأحباط والإزمات والضغط النفسيه

لغة الصوت Sound Language

يقول الله سبحانه وتعالى :

(وَأَقْصِدْ فِي مَشْيِكَ وَاعْضُضْ مِنْ صَوْتِكَ إِنَّ أَنْكَرَ الْأَصْوَاتِ لَصَوْتُ الْحَمِيرِ ﴿١٩﴾) (سورة لقمان ، الايه ١٩)

والصوت هو عبارة عن ذبذبات مسموعة يطلقها الإنسان والكائنات الحية الأخرى ، وحتى الأشياء تحدث أصواتاً عندما تكون في حالة حركة .

والصوت يصدر عندما يمر الهواء على الأوتار أو الاحبال الصوتية ، فتتهتز ، لذا فإن أول متطلبات الحديث بوضوح هو توفير مصدر هواء للرننتين .

وننصحك هنا بان تتعلم كيفية التنفس بعمق من الحجاب الحاجز حيث إنه يعطيك المزيد من الدعم لنفسك وتقوية درجه صوتك .

والاحبال الصوتية هذه تتفاعل مع المشاعر والأحاسيس ، وتصدر الاصوات التي تتناسب مع الانفعالات الصادرة عن الشخص .

ولغة الصوت تحقق عدة فوائد في عملية الاتصال نذكر منها :

- ١- وسيله اخرى لجذب الانتباه .
- ٢- وسيله يمكن من خلالها معرفه المشاعر الحقيقيه للشخص من حماس او حزن او عدم رضا او قلق

٣- ان المستقبل عادة ما يحس بوجودانه قبل ان يدرك بعقله ويمكن ان تزيد من فاعليته التأثير عليه وإقناعه من خلال طريقة النطق واستخدام النغمات الصوتية التي تجذب انتباهه وتؤثر علي شعوره وعواطفه .

ومن قواعد لغة الصوت ان يكون صوتك مسموعاً ولكن لا تخلط بين قابلية سماع صوتك والاتصالات الفعالة ، والمشكلة الاكبر بالنسبة للصوت هي التكلم بصوت رتيب ويحتاج الامر الى جهد مدروس لتنويع ارتفاع نبرة وطبقة الصوت .

خصائص صوت الإنسان :-

١- طبقة الصوت :

ان مانريد تجنبه هو الرتابه فى طبقه الصوت ، أما ما نريدة فهو التنوع او التغيرات فى مقام الصوت .

٢- ارتفاع الصوت :

يعادل التحدث بصوت مرتفع فى سونة التحدث بصوت خافت جداً ، اذا يجب ان يكون صوتك ذا ارتفاع صحيح اذا تخيلت أنك تتكلم الى اشخاص يجلسون قرب مؤخرة القاعة ، ولكن عليك ان تتذكر اننا بحاجة الى تنوع فى درجة الارتفاع فتخفيض الصوت يصبح شبه همس وقد يكون للتأكيد يعادل ارتفاع الصوت ليبلغ حدا يقارب الصراخ ، لذا فمن الجيد استخدام القليل من كل منهما وتجنب الصوت الرتيب غير المتغير .

٣- سرعة الصوت :

ان التكلم بسرعة ولفترة يحد من الاتصالات الفعاله ، ولذلك اذا تحدثت ببطء شديد فسيشعر الحضور بالملل الى درجه النعاس ، ان المطلوب هو التنوع والتغيير فى السرعة والتوقف لفته وجيزه ويعتبر عدم التوقف لفترات وجيزه اثناء الحديث من الأخطاء الشائعة التى يرتكبها المحاضرون .

هذا ويمكن ذكر نصائح اضافيه تساعدك فى تحسين لغه الصوت لديك مثل :

١- الحرص على القيام بالتمارين الصوتيه التى تساعدك فى المد وتلوين الصوت وتحسين طبقاته .

٢- شرب كأس مكون من الماء الدافىء والعسل والليمون كل صباح ، فهو يساعدك على تحسين الصوت وإزالة الإفرازات فى الحنجرة كالبرد ، والتعرض لتيارات هوائية ، او شرب المثلجات أو غيره .

٣- تقادى رفع الصوت فى المنزل وإجهاد الحنجرة .

لغة الأصابع : Fingers Language

يقول الله سبحانه وتعالى :

(أَوْ كَصَيْبٍ مِّنَ السَّمَاءِ فِيهِ ظُلُمَاتٌ وَرَعْدٌ وَنُقُرٌّ يُجْعَلُونَ أَصْبِعُهُمْ فِي
ءَاذَانِهِمْ مِّنَ الصَّوَاعِقِ حَذَرَ الْمَوْتِ وَاللَّهُ مُحِيطٌ بِالْكَافِرِينَ ﴿١٩﴾
(سورة البقرة ، الآية ١٩)

كصيب = كأصحاب صيب. والصيب هو المطر الذي يصيب الأرض بشدة .
(وإني كلما دعوتهم لتغفر لهم جعلوا أصابعهم في آذانهم واستغشوا ثيابهم
وأصروا واستكبروا استكباراً)

استغشوا ثيابهم = بالغوا في تغطية رؤوسهم بها .
لغة الاصابع هي لغة يستخدمها البشر فيما بينهم تعتمد على استخدام الاصابع
في توصيل رساله معينه من المرسل

الى المستقبل ، ويتم استقبالها بواسطه العين وقد تكون هذه الرساله اشاره الى
علامة النصر أو الفوز أو الهزيمة ، أو أشاره تدل على الفاظ نابيه او تدل على
امتعاض من سلوك المتقبل

أى ان الانسان من خلال توظيف وتحريك ورفع اصابعه يستطيع ان يعبر عما
يكنه ويشعر به ويريد ابلاغه ...

ومن الاشارات والحركات الشائعة التى تصدر عن أصابع اليد رفع السبابه مع
الوسطى على شكل حرف "V" والتى تعنى علامة النصر و Victory باللغة
الانجليزيه ، /الابهام المرفوع فيدل على الموافقه والمسانده ok بالانجليزيه
اصبع مرفوع تشير الى ابداء الرغبه فى الكلام .

اصبع على الفم تشير الى عدم الكلام لوجود شخص أو طفل نائم .
الإشاره الى ساعه الحائط او اليد تشير الى ان وقت النهايه قد حان .
وعندما يتم الإشارة باصابع اليد بشكل مباشر فى وجه الشخص الاخر ، فإن
ذلك يدل على توجيه التهديد له .

ولغة الاصابع هي جزء من لغة الاشاره Sign Language التى يستخدمها
أصحاب الإعاقه السمعيه ، وفى هذه اللغه يتم استخدام الاصابع فى إرسال
إشارات حسية مرئية يدوية للحروف الهجائية بطريقة متعارف عليها ، وهى
تقوم على فكرة ان كل حرف هجائى له شكل وحركة ووضع بالنسبه لأصابع
الإنسان ، ولذلك سميت بأبجدية الأصابع

لغة اليدين : Hand Language

يقول الله سبحانه وتعالى :

(وَلَا تَجْعَلْ يَدَكَ مَغْلُولَةً إِلَىٰ عُنُقِكَ وَلَا تَبْسُطْهَا كُلَّ الْبَسْطِ فَتَقْعُدَ

مَلُومًا مَّحْسُورًا ﴿٢٩﴾ (سورة الإسراء ٢٩)

((الْيَوْمَ نَخْتِمُ عَلَىٰ أَفْوَاهِهِمْ وَتُكَلِّمُنَا أَيْدِيهِمْ وَتَشْهَدُ أَرْجُلُهُمْ بِمَا كَانُوا

يَكْسِبُونَ ﴿٦٥﴾ (سورة يس ، الآية ٦٥)

بحركه من اليد تعنى سلام أو مع السلامه . والسلام باليد للتحية والشوق ، وضغط اليد أثناء يعبر عن المحبة والتماسك والاتفاق ...

وبشكل أكثر تفصيلاً نقول ان اليدين تستخدمان فى تحية ومصافحة الآخرين

.....

فقد تكون المحبة تحية ألفه أو كلفه أو غربه . وقد تكون المصافحة مصافحة عادية أو ساحقة للأصابع أو مصافحة الأصابع وليست الأيدي ، أو مصافحة مزدوجة من خلال ان المرسل يستخدم يده اليسرى أيضا لإرسال مشاعره الاضافيه للمستقبل وذلك من خلال مسك الرسخ في حاله وجود علاقة طيبة ، أو توصيل رسالة ايجابية للمستقبل ،

أو مسك الكوع فى حاله وجود علاقة قوية حميمة بين المرسل والمستقبل خلاصة القول فإنه يمكن أن نقول أن هناك مصافحة دافئة وصادقة يشعر بها الشخص عن طريق الشد على يده ، وما يصاحب ذلك من مشاعر تنم عن التقدير والمحبة والاحترام .

وهناك مصافحه باردة يمد فيها الشخص يده بطريقة تعبر عن اللامبالاه وضعف المودة وهناك من يعبر عن برود مشاعره أو عدائته للطرف الآخر من خلال المصافحة بأطراف أصابعه ، أو المصافحة السريعة التي يسحب فيها كفه بسرعة وهذا سلوك مرفوض دينيا واجتماعيا

كذلك من حركات اليدين الشائعه تحريك اليد على الرأس ، كما لو كان الشخص يقوم فعلاً بتمشيط شعره ، وهى حركه يقصد بها تخفيف حدة ما يعانیه من توتر ، الا أن مراعاة عدد مرات حدوثها يبين مقدار حاله الانفعاليه للشخص ،

كما يسبب التوتر العصبى الإحساس بالتعرق ، وتعتبر حركه تجفيف العرق سواء كان حقيقه ام وهما او تجفيف راحتى اليدين مؤشراً واضحاً على توتر ذلك الشخص كما ان امساك احدى اليدين باليد الأخرى يشير الى التحفظ أى ان الشخص يكبح شيئاً ووضع اليدين باليد الأخرى يشير الى التحفظ أى ان الشخص يكبح شيئاً ، ووضع اليدين بشكل هرم مع تلامس اصابع الكفين عادة ما يشير الى الثقة والاطمئنان .

ووضع اليدين متقاطعين امام الصدر يدل على ان الشخص فى حاله دفاعيه . واحياناً تستخدم اليدين فى تغطية الوجه فى حاله مثل : الخوف أو الكسوف كذلك فى احيان كثيرة يضع الانسان احدى يديه على فمه فى حاله الكذب . هذا وينصح عند الحديث مع الاخرين بعدم وضع اليد فى الخصر او الجيب لان ذلك قد يعطى انطباعاً عنك بأنك مغرور أو متكبر أو تريد التحدى او لا تحترم الآخرين بالقدر الكافى .

أخيراً ننصحك بعدم استخدام يدك كثيراً فى شكل إيماءات أو إشارات أو تلويحات ، حتى لا تمثل تشنت للآخرين .

لغة اللمس Touching Language

يقول الله سبحانه وتعالى

((وَلَوْ نَزَّلْنَا عَلَيْكَ كِتَابًا فِي قِرْطَاسٍ فَلَمَسُوهُ بِأَيْدِيهِمْ لَقَالَ الَّذِينَ كَفَرُوا إِنَّ هَذَا إِلَّا سِحْرٌ مُبِينٌ)) (سورة الأنعام ، الآية ٧)

((الله نزل أحسن الحديث كتاباً متشابهاً مثانى تقشعر منه جلود الذين يخشون ربهم ثم تلين جلودهم وقلوبهم إلى ذكر الله ذلك هدى الله يهذى به من يشاء ومن يضلل الله فما له من هاد)) (سورة الزمر ، الآية ٢٣)

والجلد هو احد أعضاء الإحساس لدى الإنسان ، والذى يستقبل الحرارة والبرودة والألم ، وتحدث من خلاله عملية اللمس .

واللامسه لها دلالات رمزيه فى حياة الشعوب فالمصافحه والعناق تعبر مثلاً عن دفء العاطفة والصداقه الحميمه ، وقد تختلف طريقة الملامسه فى المصافحه والاحتضان بين الجنسين حسب ثقافات الشعوب . (١٢١)

إن حاسه اللمس تعتبر أداة فعالة في التعبير عن العديد من المشاعر : كالخوف والحب والقلق والدفع والبرود .
بمعنى انه من خلال عملية اللمس يستقبل مشاعر الآخرين تجاهه من حب وعاطفه وحنان .

لغة الرأس : Head Language

يقول الله سبحانه وتعالى :

(وَإِذَا قِيلَ لَهُمْ تَعَالَوْا يَسْتَغْفِرْ لَكُمْ رَسُولُ اللَّهِ لَوَّاْ رُءُوسَهُمْ وَرَأَيْتَهُمْ يَصُدُّونَ وَهُمْ مُسْتَكْبِرُونَ ﴿٥﴾) (سورة المنافقون ، الآية ٥)
لوا = أمالوها إعرضاً واستهزاء

عن الرأس من اهم أعضاء الجسم لكونه يحمل الدماغ والوجه ، وبه توجد اربع حواس هي (البصر ، السمع ، والشم ، والتذوق)
ويشير عبد الله بن عبد الكريم الى ان الفرد يستخدم راسه للتعبير عن بعض المعاني فتتحريك الرأس أفقياً من اليمين الى اليسار أو العكس يدل على قولنا " لا " أما الإيماءة بالرأس الى الأسفل فتعني " نعم " في كثير من المجتمعات العربية .

الإيماءات : Gestures

الإيماءات هي حركات الجسم المؤكده لحديثك .. وماتريد ان ترسله من كلمات والتي تصنعها اليدين والكتفين والذراعين وقد تكون الأقدام .
إن الإيماء مثلها مثل الحركات لا يجب المبالغة فيها ، ويجب ان تكون سلسله ومدروسة وطبيعية والهدف من الإيماءات هو بلورة الرسالة وترسيخها .
أنواع الإيماءات :

- ١- الإيماءات الوصفية – وهي تستخدم لتوضيح حديثك .
- ٢- إيماءات مؤكدة – وتستخدم في تأكيد المقصود بحديثك .
- ٣- إيماءات باقتراحات – وهي تلك التي تمثل رموزاً لأفكار يمكن أن تساعد الطرف الآخر على الحديث .
- ٤- إيماءات مشجعه – وهي تلك المستخدمة في حفز الآخرين على إعطاء ردود فعل مناسبة .

الإيماءات مصاحبة لنجاحك في الحديث للآخرين ، لأنها :

- ١- توضيح وتؤكد كلماتك .
- ٢- تجسم أفكارك .
- ٣- تنقل حماسك للآخرين .
- ٤- هي أداة مساعدة تؤثر في نظرة الآخرين لموضوعك .
- ٥- تضمن مشاركة الآخرين لمشاعرك .

لغة المظهر : Appearance Language

يمكن تقسيم مظهر الانسان على نوعين هما كالتالى :

١- المظهر اللائق

المظهر اللائق للانسان لا يرتبط بالملابس الغالية الثمن ، وانما بالملابس المناسبة والمنمقة وذات الالوان المتناغمة معاً . كذلك المظهر اللائق يتضمن أبعاد أخرى مثل نظافة الملابس وكيها ونظافته الحذاء ، والشعر المصفف وعدم ارتداء ملابس تتسبب فى تشتيت انتباه الآخرين أو تجعلك شاذاً بين المحيطين ...

٢- المظهر غير اللائق :

المظهر غير اللائق أو المهمل عكس المظهر اللائق . وهذا المظهر يعطى للشخص نفسه صورة سلبية عن نفسه وجسمه ، ويعطى للآخرين انطباع غير جيد عنه .

مفردات المظهر :-

ومظهر الإنسان يتضمن مفردات عديدة منها ملابس الإنسان وألوانها ، والروائح التي يضعها ، والإكسسوارات ، والأشياء التي يستخدمها وفي الصفحات القادمة سيتم إلقاء بعض الضوء على هذه المفردات .

١- الملابس :

ملبس الإنسان (من حيث الشكل والذوق والألوان الموضحة وملاءمته لمرحلة العمر ونظافته ..) يدل على شخصية الإنسان وقدرته على التكيف مع نفسه ومع الآخرين .

وهناك أنواع وأنماط عديدة من الملابس مثل :

- التقليدي Classic والحديث Modern .

- ال Hippies وال دراويش والشبابي .

وعلى الإنسان ان يختار الملابس المناسبة للموضة بدون الخروج عن قواعد الدين وثقافة المجتمع والملائمة للمرحلة العمرية التى يمر بها ، والمتوافقه مع المناسبة التى سيحضرها والتوقيت ودرجة الحرارة أو المكان الذى سيذهب إليه .

وبصفة عامة فإن الملابس تولد الكثير من الانطباعات عن الشخص الذى يرتديها ، ولذا تستخدم كوسيلة للاتصال ودافع لجذب انتباه الآخرين او لعكس مشاعر الانفصال والتمرد على اعراف المجتمع فى بعض الحالات او التعبير عن حاله النفسية للشخص

فعلى سبيل المثال عندما يلبس الإنسان ملابس سوداء فهى تعبر عن حالة الحزن والكآبة لدية ولهذا تلبس الملابس السوداء فى مناسبات العزاء . وعندما يلبس الإنسان اللون الأبيض فيعبر عن الصفاء والنقاء والطهر ، ولذا تصنع فساتين الزفاف من الأقمشة البيضاء

وتشير كل من سامية لطفى وعزة على الى انه عندما نتأمل المجتمعات الانسانية على مر العصور ، نجد أن قطع الملابس التى يلبسها الرجال والنساء قد تطورت عبر العصور وربما يتناسب مع الظروف البيئية والظروف الإجتماعية ، كما ان معايير الاحتشام او التبرج تختلف من مجتمع لآخر حسب القيم الدينية والثقافة لكل مجتمع

والملابس لها دلالات على زوق الانسان وطباعه نظافته واناقة ومستواه الاقتصادى والاجتماعى والثقافى ونوعية مهنته أو وظيفته .

ولقد أشارت بعض البحوث والدراسات التى أجريت فى مجال هندسة

الملابس Wardrobe Engineering

إلى أن الملابس كما أنها تصنع المرأة فأنها كذلك تصنع الرجل . بمعنى ان الرجل الذى ينتقى ملابس بطريقة مناسبة ملائمة ومسيرة للعصر ، فإنه يؤثر إيجابياً فى الأشخاص الذين يقابلهم ويحقق نجاحاً أكبر من الرجل الذى لا ينتقى ملابس ويعتمد مبدأ " هندسة الملابس " فى المقام الأول على التوافق بين كل من عناصر علم النفس والاجتماع والفن مع الموضة السائدة عالمياً . ويذهب " مولدى " الى أن

عادات الملبس الصحيحة تمكن رجال البيع من البيع أكثر ، كما تمكن رجال الإدارة العليا من زيادة التأثير نفوذهم ، وتمكن المحامين من كسب مزيد من القضايا لصالح موكلهم ، كما تمكن السياسيين من كسب الانتخابات .

٢- الروائح : Parfums

يوضح عبد الله بن عبد الكريم أن هناك روائح كثيرة يدركها المخ ويتأثر بها . إن جسم الإنسان يستجيب للروائح المنبعثة من حوله بطريقة ايجابية أو سلبية ، وتحاول شركات العطور تطوير استخدام الروائح الإيجابية في منتجاتها لكي تساعد في تهدئة أعصاب الفرد ورفع روحه المعنوية وجعله يشعر بالسعادة .

والعطور تعكس ايضاً ذوق الإنسان ومزاجه ومستواه الأقتصادي والاجتماعي والثقافي ، وعلى المرء ان يحسن اختيار العطور التي تتناسب مع شخصيته والمناسبات الاجتماعية الوظيفية التي يرتادها .

٣- الإكسسوارات والأشياء التي يستخدمها الإنسان :

يشير أسعد يوسف الى ان هناك بعض المقتنيات التي يستعين بها الإنسان في تشكيل مظهره الخارجى ، وهذه المقتنيات قد تجعل منه شخصية محبوبة أو مكروهة .ومن الامثلة على هذه الأشياء : النظارة ، الساعة ، الخواتم ، أقراط الأذن وقلائد العنق ، المسابح ، الأحذية ، الحقايب الجيبية واليدوية ... وحسن اختيار الإنسان لهذه المستلزمات يدل على مستوى ذوقه وأناقته ، ومستواه الإقتصادي والثقافي والاجتماعي في بعض الأحيان .

لغة الألوان : Colours Language

يقول الله سبحانه وتعالى :

(وما ذرا لكم في الأرض مختلفاً ألوانه إن في ذلك لأية لقوم يذكرون)
(سورة فاطر ، الآية ٢٧ ، ٢٨)

* قل لى لونك أصف لك شخصيتك !

الحياه من حولنا ليست لونا واحداً وانما تشتمل على جميع الأنواع وهذا أحد عناصر جمالها فالبيوت بيض والحدايق خضر والزهور حمر والمساء زرقاء

.....و.....و.....

جميعاً نحب الألوان وإن كان ذلك بدرجات مختلفة ولكل منا لون مفضل يختلف أو يتفق فيه مع الآخرين .

ومن خلال التعرف الى لوناك المفضل يمكن ان تفهم بعض سمات شخصيتك ...
فلكل لون دلالة معينة .

اللون الاحمر يوحى عاطفياً بالحرارة والدفع وجذب الإنتباه واللون البرتقالي يسر الناظرين ويوحى بالاعجاب ، واللون الأصفر يرمز إلى الغيرة ، واللون الاخضر يشير الى السلام والهدوء وحب الخضرة واللون الأزرق يوحى بالتأمل واللون البنفسجي يرمز الى الحكمة ، واللون الأبيض يرمز إلى الطهارة والنقاء واللون الأسود يرمز الى الحزن ، واللون الوردي يرمز الى الحياة الجميلة والبهجة والسعادة .

ويمكن وضع اللون في مجموعات مثل :

١- الألوان الفاتحة مثل : الأبيض والأصفر والبنى اذا اختارها الإنسان تدل

على صراحته وبساطته مع الناس .

٢- الألوان الغامقة ، مثل الأسود والرصاصى والرمادى والبنى الغامق ، وإذا

اختارها الإنسان تدل على حرصه على عدم إظهار ما فى داخله للآخرين

، ويكون أميل الى الغموض .

ولقد قام الباحث " جون مولودى " ببعض البحوث عن سيكولوجية ألوان الملابس ، وأشار الى ان بعض الالوان تعتبر ألواناً قوية او ذات تأثير كبير ، وهى عادة ما ترتبط بالرجال الذين يتسمون بالنفوذ والذين يتخذون القرارات الهامة ومثل هؤلاء الرجال دائماً يرتدون الملابس ذات الألوان القاتمة ففي الحفلات مثلاً نجد ان الألوان الغالبة هى : الرمادى الداكن والكحلى والبنى الداكن ورغم أن الأسود يعتبر أقوى هذه المجموعة على الإطلاق إلا أنه لا ينصح به كثيراً بل لابد الحذر في استخدامة حيث أنه عادة ما يرتبط بالحداد .

ولإثبات التأثير الكبير لألوان الملابس أجريت بعض الدراسات على تأثير طريقة لبس المدرسين على الطلبة من حيث اتجاهاتهم وطريقة أدائهم .

ففي إحدى الحالات قام مدرسان بتدريب نفس المادة لنفس المجموعة من الطلبة في فترتين منفصلتين ، وكان الفرق الوحيد هو ان المدرس الأول كان يرتدي ملابس

عاديه مع ربط عنق مفتوح قليلاً من عند الرقبة ، بينما كان الآخرين يرتدي حذاء لامعا من نوع فاخر مع بدله أنيقة محافظة ورباط عنق مربوط بعناية ، ثم أتضح بعد ذلك أن الطلبة عملوا بجد أكثر ولساعات أطول مع المدرس الأنيق.

كيفية استخدام مهارات لغة الجسم

إننا نحتاج لمهارة استخدام لغة الجسم لدينا ليتحقق اتصال ناجح ومؤثر في الآخرين كذلك نحتاج إلى المهارة في ملاحظه وقراءة وتفسير وفهم لغة الجسم لدى الآخرين هو أمر مختلف كثيراً عن مقدرتك في تفسير وفهم لغة جسم الآخرين . هذا ويتم اكتساب هاتين المهارتين من خلال :

الاحتكاك بالآخرين وخبرات الحياة والعمل والقراءة وحضور البرامج التدريبية المتعلقة بموضوعات مهارات الاتصال الفعال ودراسة وفهم لغة الجسم ... كذلك على الشخص ان يعرف معانى اشارات وإيماءات وحرآكت الجسم فى ضوء ثقافة المجتمع .

ان تفسير لغة جسم الآخرين يتطلب تدريباً ولكن هذا ممكن فانت تستطيع التأكد ان كان الاشخاص اللذين تتواصل معهم يكذبون ، او قد أصابهم الملل ، أو نقد صبرهم ، أو انهم متعاطفون ، أو يقفون وقفه المدافع أو المهاجم ، أو انهم يتفقون أو يختلفون معك ، وانت تستطيع الحكم فيما اذا كانوا منفتحين ، أو متوترين ، أو يحبسون الامور ، او المصابين بالشكوك ، أو غاضبين أو قلقين أو لا يشعرون بالأمان ... إلخ فإن اهمية هذا بالنسبة للناس فى مواقف خدمية أمر واضح .

وبإمكانك أن تتعلم أيضاً ملاحظة النوايا الاجتماعية والعاطفية المخفية ونوايا أخرى فى ايماءات شخص تعرفه أو ترغب بالتعرف عليه .

وحتى يمكنك فهم لغة الجسم لديك وفهم لغة الجسم لدى الآخرين لابد ان تكتسب

مهارات الملاحظة Observation

والملاحظة كأداة هامة تفيد فى التعرف على كلمات الآخرين غير المسموعة ، بمعنى انها تساعدنا فى فهم لغة الجسم لديهم .

فالملاحظة والسلوك والتصرفات والحركات والتفكير والحالة النفسية مثل ، الإنفعالات الواضحة كالغضب أو الحزن أو الخوف

وتتطلب مهارة الملاحظة سلامة خاصة البصر والانتباه الجيد . ويتحقق الانتباه الجيد من خلال :

- ١- اليقظة ٢- اختيار المثير ٣- التركيز ٤- الحذر
- ويشير سو نايت Sue Knight إلى انه عندما نتعلم تركيز انتباهنا على لغة الجسم وإشاراتنا نستطيع ان :
- نعرف متى ننهي المحادثة .

- نعرف ما إذا كان الشخص الآخر قد وصله المعنى الذى نتكلم عنه أم لا .
- نحدد مستوى الموافقة التى حصلنا عليها .
- نلاحظ الدرجة التى لمسنا بها الدافع الحقيقى للشخص الذى نتحدث إليه .
- نبني الطريقة التى نعبر بها عن الوقت ، ونلاحظ تأثير ذلك فى الطريقة التى نستخدم بها الوقت .

- نعرف اللحظة التى حققنا فيها الاتصال ، والبداية الحقيقية لعلاقتنا .
- تحديد الوقت الذى نجحنا فيه فى تحقيق التقارب مع شخص ما .
- نعرف التغيير الذى حدث فى طريقة تفكير شخص ما .
- معرفة نوعية النظام التعبيري الانسب لكى نوصل فكرة معينة الى الآخرين .

- نتعرف على قدرتنا على تفهم واحترام ثقافة الشخص الآخر الذى نتعامل معه

- الأقوياء فقط هم اللذين يعرفون كيف يتحكمون فى إشارات وحركات الجسم التلقائية بحيث تدعم وتعزز الكلمات التى ينطقون بها والمعانى التى يقصدونها.

والتحكم فى هذه الإشارات والحركات التلقائية لا يمكن ان يظل قاصراً على الأشخاص الأقوياء ، بل يجب أن يصبح سمة من سمات كل إنسان عصرى متحضر ومنفتح فإذا ارجت اكتساب هذه السمة ، حاول التخلص ، ولو تدريجياً من المفردات الرديئة التى تقول الى الآخرين إنك متوتر جداً بثقة الآخرين فيك بعد ذلك حاول استبدال هذه المفردات الرديئة بمفردات أخرى سليمة وصحيحة تنقل إليهم رسائل ايجابية عنك وتأكد ان الآخرين

عندما يلمسون نجاحك في اكتساب المفردات التي تنطق بثقتك بنفسك واحترامك لها سوف يبدأ في معاملتك بشكل خاص جداً لأنك سوف تكون عندئذ جديراً حقاً بتلك المعاملة .

أخيراً وليس باخر ، ان المنظمات اذا كانت تسعى للارتقاء بمهارات الاتصال اللفظي لدى العاملين بها ، فإنه يجب عليها ان تحرص أيضاً على تعليمهم لغة الجسم مع الآخرين وبالأذات استخدامهما بالشكل الفعال في التواصل مع الآخرين وفهم اللغة لدى الآخرين .

(د) مهارة الذكاء العاطفي

" لقد علمتني التجربة أن الذكاء المعرفي بمفرده لا يصنع نجاحاً في الحياة ، قد تكون مفيداً للنجاح الأكاديمي في المدرسة او الجامعه . انما النجاح في الحياة يحتاج الى نوع اخر من الذكاء ، هو ما أطلق عليه الذكاء العاطفي او الذكاء الانفعالي أو ذكاء المشاعر .

هل تعلم أن

- عواطفنا ومشاعرنا الإيجابية أو السلبية تحرك حياتنا إما للإمام أو الى الخلف

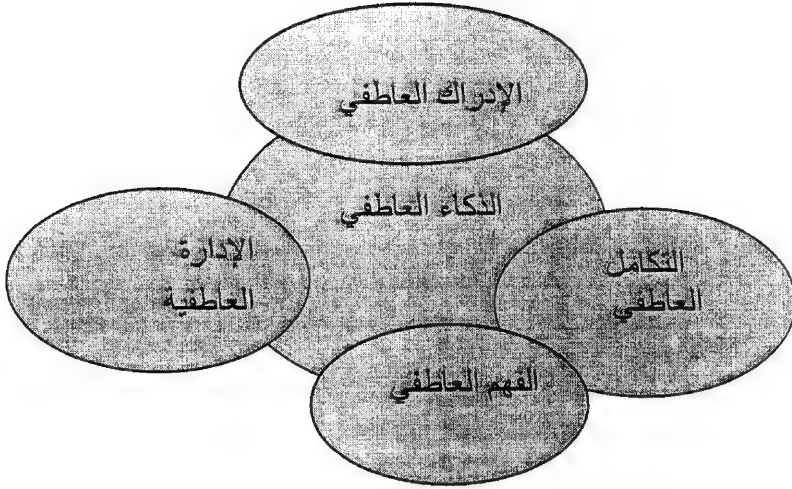
- تحركنا عواطفنا لمساعدة الآخرين بحيث انسجم فعلى بين الفرد وبين الآخرين .

- ان الانسجام بين الجانب المعرفي والجانب الوجداني او العاطفي يساعدان الفرد في النجاح بين الجانب المعرفي والجانب الوجداني أو العاطفي يساعدان الفرد في النجاح الأكاديمي والمهني والحياتي .

- وقد وجد " Gardner , 1993 ان الذكاء العاطفي بنسبة كبيرة في النجاح المهني ، فضلاً عن تأثيره في العلاقات الاجتماعية بزملاء العمل والأصدقاء .

مفهوم الذكاء العاطفي :

- يقصد به القدرة على تحديد العواطف الكامنه في الوجوه أو التصميمات أو الموسيقى .



شكل (٢)
مكونات الذكاء العاطفي

- الذكاء العاطفي لا يبدأ بدون عملية الإدراك العاطفي إن كانت المشاعر ترتبط بمواقف غير سارة ، فإن الفرد يحول انتباهه من هذا الموضوع .
- عملية الإدراك العاطفي تتشكل من خلال :
 - عملية التسجيل .
 - عملية الإنصات .
 - عملية حل الشفرات المتعلقة بالرسائل الوجدانية التي تظهر في نغمة الصوت – تعبيرات الوجه – الرسومات .
- ثانياً : التكامل العاطفي :
 - قدرة الفرد على القيام بعملية ربط الجوانب العاطفيه بالجوانب العقلية مثل ارتباط الطعم واللون .
 - قدرة الفرد على استخدام الجانب العاطفي في عمليات التفكير والاستدلال وحل المشكلات.

- مثال على ذلك :

- تشتت التفكير نتيجة القلق والهموم .
- معرفة أفضل المشاعر التي تدخل في المزاج الشخصي للفرد .
- دخول المعرفة الموجيه الى الذهن يحدث عندما يكون الشخص سعيداً ، وتكون المعرفة السالبة عندما يكون الشخص حزيناً .

ثالثاً : الفهم العاطفي

- قدرة الفرد على حل مشكلاته العاطفية .
- قدرته على فهم العواطف المتماثلة والمتعارضة والعلاقات التي تجمع بينها .
- قدرته على فهم الحقائق الأساسية في الطبيعية البشرية والعلاقات التي تنشأ نتيجة تفاعلات الأفراد بعضهم مع البعض

لتشخيص موقفك العاطفي

- اجب على الأسئلة الآتية :

- * هل أنت قادر على فهم مشاعرك ؟ ----- نعم () لا ()
- * هل أنت قادر على فهم مشاعر الآخرين ؟ ----- نعم () لا ()
- * هل تتعامل مع الآخرين بنجاح ؟ ----- نعم () لا ()
- * هل أنت راض عن نفسك ؟ ----- نعم () لا ()
- * لماذا انت راض عن نفسك ؟ ----- نعم () لا ()

رابعاً : تقييم المتحدث الرسمي

وفيما يلي بعض المعايير التي تستخدم لتقييم عمل المتحدث الرسمي :

- ١- مقدار وضوح الفكرة : هل يشتمل البرنامج علي فكرة واحدة أم علي عدد من الأفكار وهل هي واضحة أم غامضة ؟ وهي هي منطقية أم لا؟ وهل هي مهمة أم لا
- ٢- مقدار وضوح الأهداف : هل كانت هناك أهداف ؟ هل الأهداف مكتوبة وواضحة ؟ هل هي أهداف سلوكية أم عامة أم خاصة وما هي ؟ وهل يمكن قياسها ؟
- ٣- مقدار حاجة المستمع إلي البرنامج : هل الحاجة قائمة ومدروسة أم أنها مقدرة ؟ هل هي حاجة دائمة ومتكررة أم مؤقتة ؟ وهل البرنامج يلبي تلك الحاجة ؟

- ٤- طريقة التقديم : هل استخدم أسلوب التمثيل أو الإلقاء أو الحوار ؟ وهل هناك مبرر للأسلوب المستخدم ولطريقة التقديم أم لا ؟ هل كان التقديم طويلاً أم رتيباً متكلفاً ؟ هل التقديم بواسطة معلق ومعلقة مناسب ولا يسبب تشويشاً للمستمع ؟
- ٥- هل استخدمت موسيقي كفواصل وخلفيات ؟ هل كانت ضرورية ؟ هل كانت مناسبة ؟ هل استخدمت بمقدار الحاجة ؟
- ٦- مقدار التوفيق في اختيار العناصر الممثلة : هل قام كل ممثل بدوره علي الوجه الأمثل صوتاً وأداءً أم بدء عليه التكليف وعدم الملاءمة ؟
- ٧- أهمية عنصر النساء : هل هناك حاجة لوجود عنصر النساء ؟ وإذا كانت هناك حاجة فهل استخدم هذا العنصر بمقدار الحاجة ؟
- ٨- مقدار مراعات الفروق الفردية : هل روعي عامل الفروق الفردية للمستمعين في بناء وتقديم البرنامج ؟
- ٩- مقدار مراعاة العادات والتقاليد : هل روعيت العادات والتقاليد ؟ وكذلك هل روعيت القيم الزوجية والظروف الاجتماعية في البرنامج أو المادة ؟
- ١٠- مقدار استخدام المؤثرات السمعية: يجب أن نبحث هل استخدمت مؤثرات أم لا ؟ هل هناك حاجة لها أم لا ؟ هل أضافت قيمة للبرنامج أم لا ؟
- ١١- مقدار تدخل عنصر الدعاية: كثيراً ما تتدخل المواد الدعائية في صلب البرنامج وقد تكون دعاية شخصية أو تجارية وعلينا أن نبحث عن تأثير تلك الدعاية علي اتجاه المستمع.
- ١٢- مقدار تدخل عنصر المبالغة : يجب الابتعاد عن عنصر المبالغة في كل شيء وخاصة في البرامج السمعية وتنشأ المبالغة من الحاجة إلي إطالة وقت البرنامج فنلاحظ الإفراط في استخدام الموسيقى أو المؤثرات الأخرى أو تكرار الحوار أو الفراغات الكثيرة وقد تكون المبالغة في توظيف عنصر الإثارة بالضحك أو البكاء الخ وهي جميعها عوامل يجب الابتعاد عنها إلا بقدر الضرورة.
- ١٣- مقدار تدخل العوامل السياسية : فيما عدا البرامج السياسية لا يجوز إقحام السياسة في البرامج العامة لما قد يحدث ذلك من تشويش وخروج علي طبيعة الموضوع.

- ١٤- التكلفة العامة للبرنامج : ينظر البعض إلى تقويم البرامج علي أساس التكلفة بينما ينظر البعض الآخر علي أساس القيمة التعليمية أو الفائدة العامة التي سيحصل عليها المستمع.
- ١٥- وقت تقديم البرنامج : يجب دراسة الوقت الأفضل لوجود أكبر قدر ممكن من المستفيدين حول المذيع وهناك برامج تمتاز بارتباطها بوقت محدد فالبرامج التعليمية وبرامج المرأة يفضل أن تجد لها مكاناً في الفترة الصباحية وبرامج الفلاحيين يفضل أن تجد لها مكاناً في الفترة الصباحية والبرامج الرياضية أو الاجتماعية والثقافية يمكن بثها في الفترة المسائية
- ١٦- اللغة المستخدمة : هل هي الفصحى أم الدارجة أم الفصحى ؟ هل تتلاءم وطبيعة البرنامج ؟ هل تساعد علي تحقيق اتصال أفضل هل تساعد علي زيادة حصيلة المستمع لغوياً ؟ أم هي عبء علي البرنامج أم تمثل مزيداً من الإثراء والفائدة ؟ أن هذه الأسئلة يجب النظر إليها عند تقويم البرنامج.
- ١٧- هل البرنامج مرتبط بالبيئة والتراث والشخصية الذاتية والوطنية ويعمل علي إنمائها ؟

الاعتبارات التي يجب أن يراعيها المتحدث الرسمي :-

- ١- توقيت إذاعة البرنامج
من أهم الاعتبارات التي يراعيها المتحدث الرسمي اختيار الوقت المناسب للغة التي يخاطبها البرنامج والقناة الإذاعية المناسبة وتوقيت إذاعة البرنامج ويتطلب ذلك معرفة الجوانب التالية :
- ١- أي الأيام يستمع فيها المستمع الجمهور المستهدف لبرامج الراديو والتلفزيون أكثر من غيرها.
- ٢- أي فترة زمنية خلال اليوم يقضيها الجمهور المستهدف في الاستماع.
- ٣- ما هي العوامل الموسمية التي تؤثر علي عادات وأنماط الاستماع فمثلاً هل تزيد نسبة الاستماع في الشتاء أكثر من الصيف أيضاً موسم الامتحانات بالنسبة للطلبة وموسم الحصاد بالنسبة للفلاحين.
- ٤- ما هي الخدمات الإذاعية والتلفزيونية المفضلة.

٥- ما هي البرامج المفضلة ومواعيد تقديمها.
فالإجابة علي هذه التساؤلات تعد أحد الصعوبات التي تواجه المُتحدِّث الرسمي في عمله بالاذاعة والتلفزيون وتنتج بيانات قياس المستمعين التي تجربها الإذاعة والتلفزيون الإجابة علي هذه التساؤلات.

ويجب دراسة الوقت الأفضل لوجود أكبر قدر من المستفيدين حول المذيع وهناك برامج مثلاً تمتاز بارتباطها بوقت محدد فالبرامج التعليمية وبرامج المرأة يفضل أن تقدم في الفترة الصباحية أيضاً برامج الفلاحين يفضل أن تكون في الفترة الصباحية.

أما بالنسبة للبرامج الرياضية أو الاجتماعية والثقافية فيمكن بثها في الفترة المسائية إلي غير ذلك فهنا يجب مراعاة أن يكون وقت البث مناسب لجمهور المستفيدين وأن يحتل البرنامج الوقت الأفضل لخدمة أكبر عدد من الجمهور.

٢- زمن بث البرنامج Time

كل عمل إعلامي يأتي الوقت كحكم فصل يجب احترامه والتقيد به وتزداد أهمية التقيد بالوقت في اللقاءات الإعلامية خاصة إذا كانت المناقشة ومتداخلة ولها صفة المسؤولية.

والبرامج التي تقدم في الإذاعة والتلفزيون تتكون من عدد كبير من الوحدات التي تتنوع في أطوالها فمنها ما لا يزيد عن ثوان محدودة ومنه ما قد يمتد إلي ثلاث دقائق وهو ما نسميه الإعلانات ومنها ما يزيد زمنه عن ذلك ونسميه البرامج.

وغالباً ما تبدأ أطوال البرامج من خمس دقائق ومضاعفاتها وذلك فإن الطول الفعلي للبرنامج لابد أن يقل عن الزمن المخصص له فالبرنامج الذي يخصص له خمس عشرة دقيقة يتم تسجيله في حدود أربع عشرة دقيقة وذلك حتي يتم وضع إعلان أو أكثر بين فقرات البرنامج وكذلك تقديم الإعلانات المختصرة التي تشير إلي اسم الإذاعة وتردداتها والمدي الذي يصل إليه الإرسال وتوضع هذه الإعلانات الإرشادية في أوقات منتظمة علي خريطة البرامج وعادة ما يتم تكرارها كل ساعة أو نصف ساعة لابد للمُتحدِّث الرسمي أن يحدد الوقت اللازم أو يؤقلم نفسه للوقت المحدد للبرنامج علي أساس أنه سيقراً بصوت مرتفع وبطريقة مريحة وسرعة

معقولة ويعرف كم يستغرق من الزمن في القراءة نص معين وذلك بأن يعد كلمات السطر الواحد ثم يعرضها في عدد السطور ثم يقسمها علي سرعته في وبنفس الطريقة يمكن للمتحدث الرسمي أن يعرف مقدما الزمن الذي يستغرقه قراءة نص بعينه وعلي ضوء ذلك يحد وقت البرنامج أو يقوم باختصار النص أو القراءة بطريقة أسرع أو أبطأ. ولكل برنامج إطار زمني محدد علي خريطة الإرسال من حيث مدة الحلقة وتوقيت تقديمها (فترة ضحي - ظهيرة - مساء - سهرة أو أي مسمي آخر) فإذا طال الزمن عن المسموح به فيضطر هنا لعملية المونتاج ولكن عند الضرورة فقط مع عدم الركون إليها في كل الأحوال لأنها قد تؤدي إلي تشوية الحوار سواء من حيث الفكرة أو من حيث مستوى الجودة الفنية.

J

الفصل الثالث

المتحدث الرسمي في الإسلام

مقدمة

- ١- أشهر ناطق إعلامي إسلامي
- ٢- الإعلاميون الشهداء
- ٣- مهام الخطيب الإعلامية
- ٤- الدور الإعلامي للشعراء في الإسلام
- ٥- مبعوثو الرسول صلى الله عليه وسلم إلى الملوك والأمراء

مقدمة :

إن الحركة التي قام بها الرسول صلوات الله وسلامه عليه قبل ذلك بتسعة قرون من الزمان يدلنا على أن هذا الرسول هو أول من مارس هذا الفن الذي يقولون عنه إنه حضري بحت - وتعنى به فن الدبلوماسية ، وليس أدل على ذلك من أنه قام بتنظيم حركة البعثات إلى الملوك والأمراء ، فمنهم من رحب بهذه الدعوة كما فعل المقوقس بنوع خاص ، ومنهم من رفض هذه الدعوة ، وأساء الرد على صاحب الرسالة ، كما فعل كسري .

وهكذا أثبت التاريخ أن محمداً صلى الله عليه وسلم أول من زاول (الاتصال الشخصي المباشر) من وسائل الإعلام القديمة والحديثة - وذلك عن طريق الوفادة وطريق الرسالة . ومما لا شك فيه أن العرب في الإسلام كانوا أقدر على ممارسة هذه الوسيلة من وسائل الإعلام منهم في الجاهلية لا لشيء إلا لاختلاف القيم التي كانت تحكمهم في الجاهلية.

وقد رأينا أن القيم التي كانت تحكم المجتمع العربي في الجاهلية كانت مبنية في أكثرها على العنف والشر ، بينما كانت القيم التي حكمت العرب في الإسلام تبنى على التقوي والإيمان ، وفي ظل هذه القيم الأخيرة نجح الفن الذي مارسه الرسول (ص) وهو فن (الدبلوماسية) ، حيث يعتبر كل مبعوث من قبل رسول الله (صلى الله عليه وسلم) هو ناطق إعلامي باسم الإسلام .

أشهر ناطق إعلامي إسلامي :

لقد رأيت في بداية هذا الفصل أن أبدأ بأشهر إعلامي إسلامي وهو " جعفر بن أبي طالب " حيث تغلب مع الدعاية الوثنية الخبيثة بقيادة " عمرو بن العاص " في حضرة النجاش ملك الحبشة ولكن أولاً يمكنني أن أنكر هذه الرواية من البداية حيث أشار الرسول على بعض أتباعه بالهجرة إلى بلاد الحبشة قائلاً لهم إن بها ملكاً لا يظلم عنده أحد ، وهي أرض صدق فاذهبوا إليها حتي يجعل الله لكم فرجاً مما أنتم فيه .

واستعد أول فوج من أتباع الرسول إلى الهجرة إلى تلك البلاد ، وكان هذا الفوج يتكون من أحد عشر رجلاً ، منهم أربعة اصطحبوا زوجاتهم معهم ، ومن هؤلاء الأربعة عثمان بن عفان وزوجته رقية بنت الرسول .

وكان ذلك فى رجب من السنة الخامسة للدعوة ، وكان جعفر بن أبى طالب أحد الذين هاجروا إلى هناك ، وله خطبة رائعة خطبها بين يدي النجاشي رد فيها على الدعاية الخبيثة التى قام بها الكثيرون لإقناع النجاشي لهذا الغرض ، وأخذوا معهم الهدايا الكثيرة التى تقربوا بها إلى رجال الدين لكي يستخدموا نفوذهم إلى الملك ويقنعوه برد المهاجرين إلى مكة قائلين للملك إن هذا الدين الجديد يتعارض على حد سواء مع الوثنية ومع النصرانية في وقت معاً .

فما كان من النجاشي إلا إن دعا المسلمين المهاجرين إلى الرد على هذه التهم التى نسبت إليهم .

لنستمع الآن إلى حجج الجانبين :

أرسل القرشيون وفدهم إلى النجاشي - ومنهم عبد الله بن أبى ربيعة وعمرو بن العاص - فقال هذا الأخير للنجاشي :

إنه قد لجأ إلى بلدك منا غلمان سفهاء فارقوا دين قومهم ، ولم يدخلوا فى دينك وجاءوا بدين ابتدعوه لا نعرفه نحن ولا أنت ، وقد بعثنا إليك فيهم أشراف قومهم من آبائهم وأعمامهم وعشائهم لتردوهم عليهم فهم أعلى بهم عينا (يريد أنهم أبصر بهم) وأعلم بما عابوا عليهم .

فلما سمع النجاشي كلام عمرو بن العاص رأى من الحكمة ألا يسلم إليهم المهاجرين حتى يسمع كلامهم وحججهم ، فأرسل إلى هؤلاء المهاجرين واستدعاهم ، فلما جاءوا قال لهم :

ما هذا الدين الذي فارقتم فيه قومكم ولم تدخلوا فى ديني ولا دين أحد من هذه الملل

فانتدب المهاجرون جعفر بن أبى طالب ليتحدث عنهم فقال :

" أيها الملك - كنا قوماً أهل جاهلية ، نعبد الأصنام ونأكل الميتة ، ونأتى الفواحش ، ونقطع الأرحام ، ونسئ الجوار ، ويأكل القوي من الضعيف .

وكنّا على ذلك حتى بعث الله فينا رسولا منا نعرف نسبه ، وصدقه ، وأمانته وعفاة ، فدعانا إلى الله لنوحده ونعبده ، ونخلع ما كنا نعبد نحن وآباؤنا من دونه من الحجارة الأوثان وأمرنا بصدق الحديث ، وأداء الأمانة ، وصلة الرحم ، وحسن الجوار ، والكف عن المحارم والدماء ، ونهانا عن الفواحش وقول الزور ، وأكل

مال اليتيم ، وقذف المحصنات ، وأمرنا أن نعبد الله ولا نشرك به شيئاً وحرّم ما حرم علينا ، وأحل ما أحل لنا ، فعدا علينا قومنا فعذبونا وفتنونا عن ديننا ليردونا إل عبادة الأوثان ، وأن نستحل ما كنا نستحل من الخبائث ، فلما قهرونا وظلمونا وضيقوا علينا، وحالوا بيننا وبين ديننا خرجنا إلى بلادك واخترناك على من سواك، ورجبنا في جوارك ورجونا ألا نظلم عندك ، ثم تلا عليه بعض آيات من القرآن الكريم ، فتأثر النجاشي بهذا الحديث تأثراً عميقاً ، ثم قال للوفد الذي حضر من مكة " إن هذا والذي جاء به موسى ليخرج من مشكاة واحدة - انطلقوا والله لا أسلمهم إليكم أبداً"

وهكذا تغلب الإعلام الإسلامي الصحيح على الدعاية الوثنية الحبشية في حضرة النجاشي .

مصعب بن عمير مندوباً إعلامياً ومعلماً :

يقف مصعب علماً في تاريخ الدعوة باعتبارهم أشهر المعلمين الذين بعثهم الرسول (صلى الله عليه وسلم) ليعلم الإسلام ويفقه الناس في الدين ويقرئهم القرآن كان ذلك عقب بيعة العقبة الأولى . لقد أمره رسول الله

(صلي الله عليه وسلم) أن يذهب معهم إلى المدينة فكان يصلي بهم ويعلمهم الإسلام ويدعو إليه وفي تاريخ الدعوة تستوقفنا شخصية مصعب بن عمير باعتباره داعية الإسلام في المدينة وقد أوفد إليها معلماً قبيل الهجرة ذهب مع اسعد بن زرارة إلى مساكن بني عبد الأشهل في ظل حائط بجوار بنر جلس يعلم الناس وينشر الإسلام ، وفي ذلك الوقت رأى سعد بن معاذ وأسيد بن حضير وهما سيذا قومهما بني عبد الأشهل - وكانا لم يدخلوا في الإسلام بعد - أن في ذلك مساساً بهيبتهما ، قال سعد لأسيد : انطلق إلى هذين الرجلين اللذين أتيا ديارنا يسفهان ضعفاءنا فأزجرهما ، وقد قال سعد ذلك لأن أسعد بن زرارة ابن خالته ولا يريد أن يؤذيه بنفسه ويؤذي مصعباً معه ، فأخذ أسيد بن حضير حريته ثم أقبل إليهما ، فلما رآه سعد بن زرارة قال لمصعب هذا سيد قومك قد جاءك فاصدق الله فيه ، قال مصعب إن يجلس أكلمه ولكنه وقف عليهما متشتماً فقال : ما جاء بكما تسفهان ضعفاءنا ؟ اعتزلانا إن كان لكما بأنفسكما حاجة ، فقال له مصعب : أو تجلس فنسمع فإن رضيت أمراً قبلته ، وإن كرهته كف عنك ما تكره قال أسيد : إنصفت ،

فلما جلس عرض عليه مصعب الإسلام وقرأ عليه القرآن فقال ما أحسن هذا الكلام وأسلم ومع سعد بن معاذ تكرر الأمر نفسه قال له مصعب : أو تقعد فتسمع فإن رضيت أمراً ورغبت فيه قبلته ، وإن كرهته عزلنا عنك ما تكره ؟ فقال : أنصفت فلما جلس سمع وأسلم . وبإسلام هذين الزعيمين لم يمس رجل ولا امرأه من بنى عبد الأشهل خارج الإسلام وبذلك ازدهرت سنة بعث المندوب الإعلامي والمعلم إلى القبائل بعد الفتح حيث نري الناس - يدخلون في دين الله أفواجا .

الإعلاميون الشهداء

إن تاريخ الدعوة الإسلامية يؤكد أن دعائها لاقوا الشهادة كما لاقاها زملائهم في الغزوات . لقد بدأت وسيلة إعلام جديدة بعد الهجرة هي بعث الرسول (صلى الله عليه وسلم) وفق ترتيبات معينة بعض أصحابه لإبلاغ الدعوة . وسنتين هنا ظاهرة الفعل ورد الفعل على مستوي جمهور العرب .

قدم أبو عامر بن مالك (على رسول الله (صلى الله عليه وسلم) المدينة فعرض عليه الرسول (صلى الله عليه وسلم) الإسلام ودعاه إليه ، فلم يسلم ، ولم يبعد عن الإسلام ، وقال يا محمد لو بعثت رجالاً من أصحابك إلى أهل نجد ، فدعوهم إلى أمرك رجوت أن يستجيبوا لك ، فقال رسول الله (صلى الله عليه وسلم) : إني أخشي عليهم أهل نجد ، فقال أبو براء أنا لهم جار ، فأبعثهم فليدعوا الناس في أمرك : فبعث رسول الله (صلى الله عليه وسلم) المنذر بن عمرو في أربعين رجلاً من أصحابه ، من خيار المسلمين ، فساروا حتى نزلوا ببئر معونة (وهر أرض بين بنى عامر وحرّة بنى سليم) فلما نزلوها بعثوا واحداً منهم وهو حرام بن ملحان بكتاب رسول الله (صلى الله عليه وسلم) إلى عامر بن الطفيل ، فلما أتاه لم ينظر في كتابه حتى عدا على الرجل فقتله ، ثم استصرح عليهم بنى عامر فأبوا أن يجيبوه إلى ما دعاهم إليه وقالوا : لن نحقر أبا براء ، وقد عقد لهم عقداً وجواراً فاستصرخ عليهم قبائل من بنى سليم فأجابوه إلى ذلك فخرجوا حتى غشوا القوم فأحاطوا بهم في رجالهم ، فلما رأوهم أخذوا سيوفهم ، ثم قاتلوهم حتى قتلوا عن آخرهم إلا كعب بن زيد فإنهم تركوه وبه رمق فعاش حتى استشهد يوم الخندق

وفي موقعة أخرى قدم على رسول الله (صلى الله عليه وسلم) رهط من الهون بن خزيمة فطلبوا من الرسول (صلى الله عليه وسلم) أن يبعث معهم نفراً من

أصحابه يفقهون الناس في الدين وقراءة القرآن وشرائع الإسلام قائلين إن في قومهم إسلاماً ولكنهم يحتاجون إلى من يفقههم بالإسلام . وتروي كتب السيرة أن الرسول (صلى الله عليه وسلم) اختار ستة ويذكر بعضهم أنهم عشرة من أصحابه برئاسة عاصم بن ثابت ، ويرى آخرون أن قائدهم كان مرثد بن أبي مرثد وعندما وصل هؤلاء الإعلاميون الشهداء إلى مكان يسمى الرجيع وهو ماء لقبيلة هذيل بناحية الحجاز ، غدر بهم من الذين جاؤوا يطلبوهم من الرسول (صلى الله عليه وسلم) ، فاستصرخوا عليهم هذيلًا وفوجئ الشهداء الأبرار وهم في رحالهم بالرجال يحيطون بهم . شاهرين سيوفهم ، فأخذوا سيوفهم ليقاتلوهم فقالوا لهم : إنا والله لا نريد قتلكم ولكننا نريد أن يصيب بكم شيئاً من أهل ولكم عهد الله وميثاقه ألا نقاتلكم ماذا حدث ؟ رفض بعض الشهداء عهد الكافرين . وهم عاصم بن ثابت ، مرثد بن أبي مرثد ، وخالد بن البكير فقاتلوا وقتلوا ثلاثتهم . وتروي كتب السيرة أن الغادرين أهل هذيل أرادوا قطع رأس عاصم ليبيعونها لامرأة من المشركين قتل خبيب ابنها في يوم أحد ، ولكن الدبر (الزنانير) حالت بينهم وبين قطع رأسه ، وانتظروا الليل فتذهب الدبر عن جثته فيقعوا رأسه . وكان عاصم قد أعطى الله عهداً ألا يمسه مشرك ولا يمس مشركاً أبداً . فاستجاب الله دعوته في حياته وموته . ماذا كان من أمر الثلاثة الآخرين ؟ زيد بن الرثة ، وخبيب بن عدى ، وعبد الله بن طارق الذين سلموا سيوفهم وأصبحوا أسرى . في الطريق إلى مكة حاول عبد الله بن طارق الهرب فقتله الغادرون بالحجارة وفي مكة بيع الرجال . فأما زيد فقد اشتراه صفوان ابن أمية بن خلف فقتله في مشهد مثير من كفار مكة حيث يقول له ابو سفيان وقد هيئوه للقتل أحب ان محمداً الان في مكانه الذي هو فيه تصيبه شوكة تؤذيه . وإنني جالس في أهلي وقتل خبيب في مشهد مثير أيضاً فقد صلبوه في التنعيم على أطراف مكة بعد أن طلب أن يصلي ركعتين قبل أن يقتلوه قاتلاً : أما والله لولا أن تظنوا أني إنما طولت جزءاً من النفل لأكثرت من الصلاة . ثم قتلوه .

إرسال مبعوث مع الوفود

مما لا شك فيه أن حركة الاستقبالات - كحركة البعثات - تعتبر نوعاً من (العلاقات العامة) ، ولكننا حرصنا على أن نخض كلا من هاتين الحركتين بكلمة مستقلة بذاتها ، وذلك لأهميتها في تاريخ الدعوة الإسلامية ، ولأنها من أكبر مظاهر

النشاط الاعلامي لرسول الله (صلي الله عليه وسلم) ، وبدون ذلك تكون قد قصرنا في التنوية بهذا النشاط .

في اواخر السنة التاسعة للهجرة ، وطول السنة العاشرة تدفقت على المدينة وفود تمثل مختلف القبائل والعشائر المعروفة في شبه جزيرة العرب ولذلك سمي العام العاشر للهجرة (بعام الوفود) ، وإليك أسماء بعض هذه الوفود على سبيل المثال :

١- وفد ثقيف .

٢- وفد بنى تميم .

٣- وفد تغلب .

٤- وفد نجران من الوفود النصرانية أيضاً .

وكان عدد الوفود سبعين رجلاً ، وزعيمهم عبد المسيح وعبد الحارث .

٥- وفد بجيلة من القبائل اليمنية التي كانت تملك هيكلاً اسمه (الخلصة) وكان في اليمن يعتبر بمثابة (الكعبة) في مكة ، وقد هدم المسلمون هذا الهيكل بأمر من النبي (صلي الله عليه وسلم) .

٦- وفود أخرى من اليمن وعمان واليمامة والبحرين (وأميرها إذ ذاك هو المنذر) .

٧- وفد وائل بن حجر الكندي والأشعث بن قيس ، وهما زعيما حضرموت جاءوا في أعداد كبيرة ، وكانوا يرتدون الملابس الحريرية ، فلما سألهم الرسول : هل تحبون أن تعتقنوا الاسلام ؟ وقالوا : نعم يا رسول الله ، فقال لهم :

اخلعوا هذه الملابس الحريرية ، ففعلوا ولبسوا غيرها

وقد قيل إنه في عام الوفود هذا نزلت سورة النصر وفيها يقول الله تعالى :

" إِذَا جَاءَ نَصْرُ اللَّهِ وَالْفَتْحُ ﴿١﴾ وَرَأَيْتَ النَّاسَ يَدْخُلُونَ فِي دِينِ اللَّهِ أَفْوَاجًا ﴿٢﴾ فَسَبِّحْ بِحَمْدِ رَبِّكَ وَاسْتَغْفِرْهُ إِنَّهُ كَانَ تَوَّابًا ﴿٣﴾ "

وقيل كذلك إن هذه السورة نزلت في حجة الوداع ، وكانت آخر ما نزل من القرآن الكريم على رسول الله (صلي الله عليه وسلم) .

ولكني أميل إلى الرأي الأول ، لأن هذه السورة إنما تشير إلى حادث الوفود ، وتعتبر حركتهم نصراً من الله وفتحاً .

وهكذا عم الإسلام جميع أرجاء الجزيرة العربية باستثناء بعض الجاليات القليلة لليهود والنصاري .

ومع كل وفد من الوفود السابقة كان الرسول يبعث بواحد من أصحابه لكي يصحبهم في عودتهم إلي القبائل التي أتوا منها ؛ المتفقيين في الدين الذين صحبوا هذه الوفود لكي يعلموا القبائل التي أتوا منها ويفقهوهم في الدين ويجيبوهم إلى كل ما يسألونه من الأسئلة في موضوعات هذا الدين وأركانه وفرائضه ونحو ذلك ، ولكي يفسروا لهم بعض آيات القرآن الكريم ، وأحاديث الرسول ، وبذلك يزداد أفراد هذه القبائل العربية علماً بالدين وعلماً بأوضاعه وأحكامه ، ومن ثم كان العمل الذي قام به القراء عملاً دينياً وإعلامياً في وقت معاً ، فهم يقومون بدور المعلم ورجل الإعلام في نفس الوقت .

كان بعض الصحابة يقيم عند الرسول يتعلم أحكام الإسلام وعبادته ثم يعود إلى أهله وقومه فيعلمهم ويفقههم ، من هذا ما أخرجه الامام البخاري عن مالك بن الحويرث قال : أتينا النبي (صلي الله عليه وسلم) ونحن شبابه متقاربون فأقمنا عنده عشرين ليلة فظن أنا اشتقنا أهلنا وسألنا عن تركنا في أهلنا ، فأخبرنا أنه وكان رقيقاً رحيماً فقال : (أرجعوا إلى أهليكم فعلموهم ومرورهم وصلوا كما رأيتموني أصلي ، وإذا حضرت الصلاة فليؤذن لكم أحدكم ثم ليؤمكم أكبركم) .

مهام الخطيب الإعلامية :

إن بعد فتح مكة أقبلت وفود القبائل على رسول الله (صلي الله عليه وسلم) لتتظر في أمر هذا الدين الجديد .

ولتحدد موقفها منه ، وكان بنى تميم من أشهر الوفود الذين حفظت ذاكرة التاريخ حضورهم للمدينة لقد كانت بدواتهم وخشونة طباعهم أول ما لقيه الرسول (صلي الله عليه وسلم) وأول حوار مع المسلمون دخلوا المسجد (مسجد الرسول في المدينة) ونادوا من وراء الحجرات أن أخرج إلينا يا محمد جنناك لنفاخرك فاذن لشاعرنا وخطيبنا ، فاذن لهم النبي (صلي الله عليه وسلم) فقام عطار بن حاجب خطيباً فقال : الحمد لله الذي له علينا الفضل وهو أهله ، الذي جعلنا ملوكاً ووهب لنا أموالاً عظيماً نفعل منها المعروف وجعلنا أعز أهل المشرق وأكثره عدداً وأشدّه عداً ، فمن مثلنا في الناس ؟ ألسنا برؤوس الناس

وأولى فضلهم ؟ فمن فاخرنا فليعدد مثل ما عددنا ، وإنالو نشاء لأكثرنا ولكننا تنحينا عن الإكثار وأقول هذا لأن تأتوا بمثل قولنا وأمر أفضل من أمرنا ، ثم جلس . فندب الرسول (صلي الله عليه وسلم) ثابت بن قيس الخزرجي ليجيب فقال : (الحمد لله الذي له السموات والأرض خلقه ، قضى فيه أمره ، ووسع كرسيه علمه ، ولم يكن شئ قط إلا فعله ، ثم كان من قدرته أن جعلنا ملوكاً واصطفي من خير خلقه رسولاً أكرمه نسباً وأصدقه حديثاً وأفضله حسباً فأنزل عليه كتابه وائتمنه على خلقه ، وكان خيرة العالمين ، ثم دعا الناس إلي الإيمان به فأمن برسول الله المهاجرون من قومه وذوي رحمه ، أكرم الناس أحساباً وأحسبهم وجوهاً ، وخير الناس فعلاً ، ثم كنا أول الخلق إجابة واستجابة لله حين دعانا رسول الله (صلي الله عليه وسلم) فنحن أنصار وزراء الله نقاتل الناس حتى يؤمنوا . فمن آمن بالله ورسوله متع بماله ودمه ، ومن كفر جاهدناه في الله أبداً ، وكان قتله علينا يسيراً ، أقول هذا ، وأستغفر الله لي وللمؤمنين والمؤمنات ، والسلام عليكم ثم تحدث شاعرهم ورد عليه حسان مما سنتحدث عنه تفصيلاً في الفصل التالي . وفي ختام الحوار أسلم وقد بني تميم . ومهما تعرضت النصوص في الخطبتين للنقد في دقة الرواية فإن الواقعة في حد ذاتها تبين أن التناظر بالخطابة كان وسيلة من وسائل الحوار في عصر النبوة ، ومن ثم وسيلة من وسائل الإعلام بالدعوة .

وهكذا يتضح جلياً لنا أن الخطيب في الإسلام يمكن اعتباره ناطق إعلانياً حيث يدافع عن الإسلام بكل ما يملك من موهبة ونلاحظ أن هذه الموهبة قد أثقلت بالقرب من رسول الله (صلي الله عليه وسلم) وأيضاً من كثرة قراءة القرآن الكريم والسنة النبوية .

وقد شهد التاريخ بأن خطباء المسلمين المستقبليين لهذه الوفود كانوا أبلغ في كل مرة خطباء الوفود ، ولا غرابة في ذلك فقد كان خطباء المسلمين المجاورين للرسول والصحابة إنما يستمدون معانيهم من القرآن الكريم ومن السنة ومن معاشر الرسول نفسه ومعاشر الصحابة معه ، كما كان خطباء المسلمين ممثلين بالعواطف الدينية الجياشة والمشاعر الإسلامية النبيلة بالقدر الذي يكفي للوصول بخطبهم إلى درجة كبيرة من درجات البلاغة والتأثير في نفوس العرب .

الدور الإعلامي للشعراء في الإسلام :-

لعلنا كلنا نعرف أن الشعر هو الوسيلة الإعلامية لدى العرب حيث كانت تقام أسواق مخصصة لإلقاء الشعر ، وأشهرهم سوق " عكاظ " وذلك قبل ظهور الإسلام ، وقد استخدم رسول الله (صلى الله عليه وسلم) الشعراء للقيام بدورهم الإعلامي في عصر النبوة ، وأشهر شعراء الدعوة في عصر النبي : حسان بن ثابت ، عبد الله بن رماحة ، وكعب بن مالك .

حسان بن ثابت ؛

أشهر شعراء النبي (صلى الله عليه وسلم) هو حسان بن ثابت الأنصاري ، أسلم مع الأنصار عندما هاجر النبي إلى يثرب وكان حسان الذي ولد فيها قبل الهجرة بنصف قرن أو يزيد شاعراً مشهوراً من شعراء الجاهلية ولكنه لم يبلغ منزلة النابغة أو الأعشى مثلاً اتصل حسان بالغساسنة ملوك الشام ، شأنه شأن أقرانه من شعراء الجاهلية وكان يمدحهم وينال عطاياهم وهو القائل فيهم :

أسألت رسم الدار أم لم تسأل بين (الجوابي) فالبضيع (فحومل)
 لله در عصابه نادمتهم يوماً (بجلق) في الزمان الأول
 يمشون في الحلل المضاعف نسجها مشي الجمال إلى الجمال البزل
 يغشون حتى ما تهر كلابهم لا يسألون عن السواد المقبل

وبالهجرة ودخول حسان في الإسلام أصبح شاعر الإسلام الأشهر . يمدح النبي ، ويرد على يهجو من شعراء قريش . وكان أبو بكر وهو عالم بأنسابهم يدلّه على معانيهم وعلى من يمكن هجوماً من أمهاتهم .

وهناك واقعة قد أبلي فيها " حسان بن ثابت " بلاءاً حسناً مع وفد بني تميم ، وكان حسان بن ثابت غائباً فبعث إليه النبي (صلى الله عليه وسلم) فلما بلغ حسان أن الرسول (صلى الله عليه وسلم) يطلبه ليرد على شاعر بني تميم انشد قائلاً :-

منعنا رسول الله ، إذ حل وسطنا على انف راض من معد وراغم
 منعناه لما حل وسط بيوتنا باسيفنا من كل باغ وظالم

ولكن حسان لما حضر المجلس وسمع قصيدة الزبرقان رد عليه بنفس القافية قائلاً :-

إن الذوائب من فهر وإخونهم قد بينوا سنة الله تتبع

يرضي بها كل من كانت سريرته
تقوي الإله وبالأمر الذي شرعوا
قوم إذا حاربوا ضرروا عدوهم
ونجد أن وفد بنى تميم أسلم عقب المبارزة الخطابية والشعرية .

فهذه احدي الأحداث التي أثر فيها حسان بن ثابت تأثيراً كبيراً فهذا يمكننا من رؤية
الدور الإعلامي للشاعر في نشر الإسلام ، وبذلك يمكننا أن نعتبر الشاعر في
عصر النبوة ناطقاً إعلامياً عن المسلمين حيث كان يستدعيه رسول الله (صلي الله
عليه وسلم) ليرد عن المسلمين شعر أو هجاء غير المسلمين .
عبد الله بن رواحة

على نقيض حسان في الحرب كان الشاعر عبدالله بن رواحة ، فهو قائد لجيش
المسلمين وفارس يحمل اللواء . وهو أحد النقباء الإثني عشر الذين شهدوا بيعة
العقبة الثانية . وهو الشاعر الثاني شهرة في باقة شعراء الدعوة الإسلامية ،
ورسولها النبي محمد (صلي الله عليه وسلم) . وفي شعره حرارة الفروسية
وتدفقها وتكاد قصة استشهاده في غزوة مؤتة تحت راية الإسلام وهم زيد بن
حارثة ، وجعفر بن ابي طالب ، وشاعرنا عبد الله بن رواحة ، الذي كان من كتاب
الوحي في حياة الرسول (صلي الله عليه وسلم) .

وإذا انتقينا صوراً شعرية لعبد الله بن رواحة نجد الجوانب التي تحدثنا عنها في
الدور الإعلامي للشعر في عصر النبوة .

الدفاع عن الدعوة ، وهجاء من يسب الرسول (صلي الله عليه وسلم) ، ثم تسجيل
الوقائع وأهمها الغزوات ثم مناظرة من يبارز الدعوة بشعره يقول عبد الله بن
رواحه في رثاء حمزة :

بكت عيني وحق لها بكاهما
على أسد الإله غداه قالوا
أصيب المسلمون به جميعاً
ويقول في شهداء الرجيع :-

رحم الله نافع بن بديل
صابر صادق وفي إذا ما
ويقول في أبي سفيان :-
رحمة المبتغى ثواب الجهاد
أكثر القوم قال قول السداد

وعدنا ابا سفیان بدرأ فلم نجد
فأقسم لو وافقتنا فلقنتنا
لميعاده صدقاً وما كان وافيأ
لابت ذميماً وافتقدت المواليا
كعب بن مالك

يمثل كعب بن مالك الضلع الثالث من شعراء الدعوة وشعراء رسولها ، وهو بعد حسان وعبد الله بن رواحة شهرة في تاريخ شعراء الدعوة . وكما كان عبد الله بن رواحة ثالث ثلاثة استشهدوا قواداً في مؤته ، كان كعب بن مالك ثالث ثلاثة امتحنهم الله في التخلف عن غزوة تبوك على لسان كعب حيث يقول :
لم اكن قط ولا أيسر منى حين تخلفت عنه في تلك الغزوة ، والله ما اجتمعت لي راحلتان قط حتى اجتمعنا في تلك الغزوة . وكان موعد هذه الغزوة في الحر الشديد وقد طابت الثمار والسفر بعيد وتجهز رسول الله (صلي الل عليه وسلم) وتجهز المسلمون معه . ويمضي كعب فى حكايته فيقول إن الناس أخذوا يتجهزون .
وخلاصة القول في الدور الإعلامي للشعر في عصر النبوة يمكن إيجازها فيما يلي

- تسجل قصائد الشعراء في عصر النبوة وقائع الحياة كما تسجلها إلى حد قريب صفحات الصحف في أيامن المعاصرة . والمؤرخ للقصائد في عصر النبوة . إنها من المصادر الحيوية للمؤرخ برغم ما فى صفحات الصحف من شوائب الانتحال .
- إن دور الشاعر في عصر النبوة ، كان امتداداً لدوره فى الجاهلية حيث ظل يؤدي الوظيفة الاجتماعية ذاتها ولقد ذهب كثير من النقاد إلى النظر فى الشعر الجاهلى باعتباره مصدراً تاريخياً للعرب لكافة جوانب الحياة الجاهلية . ولا شك انه برغم ما هذه النظرة من تعميم إلا أن هذا القول فى جملة صحیح ، وإنه ينطبق بهذه الدرجة نفسها على الشعر فى عصر النبوة
- إن الشعر كان فناً شائعاً فى الجاهلية ، وفى عصر النبوة وبسبب شيوعه وانتشاره كان يؤدي وظيفة اعلامية فى المجتمع وتبين الأناشيد الدور الشعبي أو الجماهيري للشعر فى ذلك العصر .

يقول ابو سفیان إنه خرج يضرب كفا بكف وهو إذ ذاك على الكفر لم يسلم بعد -
على ما صار إليه أمر محمد (صلي الله عليه وسلم) حتى أصبح ملوك بنى الأصفر

يهابونه في سلطانهم بالشام-وجملة الروايات في رد فعل هرقل أنه لم يستطيع إعلان إسلامه خوفاً ممن حوله .

أما الرسالة التي وجهت إلى النجاش فإنها تختلف إلى حد ما عن هاتين الرسالتين السابقتين حيث أنها تقول :

(بسم الله الرحمن الرحيم من محمد رسول الله إلى النجاشي عظيم الحبشة سلام على من اتبع الهدى أما بعد : فإنني أحمد إليك الله الذي لا إله إلا هو الملك القدوس السلام المؤمن المهيمن . وأشهد أن عيسى بن مريم روح الله وكلمته ألقاها إلى مريم البتول الطيبة الحصينة . فحملت بعيسي من روحه ونفخة كما خلق آدم بيده وإنني أدعوك إلى الله وحده لا شريك له ، والموالاة على طاعته وإن تتبغى وتوقن بالله تعالى فإنني رسول الله . وإنني أدعوك وجندك إلى الله عز وجل . وقد بلغت ونصحت فاقبلوا نصيحتي والسلام على من اتبع الهدى) .

وقد أسلم النجاشي ملك الحبشة على أثر الرسالة وكما تقول بعض الروايات .

والرسالة الموجهة إلى كسري ملك الفرس هذا نصها :-

(بسم الله الرحمن الرحيم من محمد رسول الله إلي كسري عظيم فارس سلام على من اتبع الهدى وأمن بالله وشهد أن لا إله إلا الله وحده لا شريك له وأن محمداً عبده ورسوله وأدعوك بدعاء الله فإنني أنا رسول الله إلى الناس كافة لأنذر من كان حياً ويحق القول على الكافرين . فأسلم تسلم فإن أبيت فإن إثم المجوس عليك . وكان رد الفعل عند كسري هو تمزيق رسالة النبي

قام الرسول بهذه الحركة الإعلامية الواسعة النطاق ، وأوفد البعثات إلى جميع الجهات بعد أن نزلت الآية الكريمة : " قل يأهل الكتاب تعالوا إلى كلمة سواء بيننا وبينكم ألا نعبد إلا الله ولا نشرك به شيئاً ، ولا يتخذ بعضنا بعضاً أرباباً من دون الله فإن تولوا فقولوا اشهدوا بأنا مسلمون " . (سورة آل عمران الآية ٦٤)

وانها لدعوة منصفة من غير شك.

دعوة لايريد بها النبي (صلي الله عليه وسلم) أن يتفضل عليهم هو ومن معه من المسلمين كلمة سواء يقف أمامها الجميع على مستوى واحد لا يعطو عليه بعضهم على بعض ، ولا يتعبد بعضهم بعضاً .

-دعوة لا ياباها إلا متعنت مفسد ، لا يريد أن يفنى إلى الحق القويم أنها دعوة إلى عبادة الله وحده لا يشركون به شيئاً لا بشراً ولا حجراً .

لم يكن هؤلاء السفراء واحد الستة الذين خرجوا في يوم واحد إلى المجتمع الدولي آنذاك هم آخر السفراء من حملة الرسائل للإعلام بالدعوة .

فقد حمل رجال آخرون رسائل إلى حكام آخرين ، وكان من سفراء النبي للإعلام بدعوته أفذاذ من أمثال علي بن أبي طالب وأبي موسى الأشعري .

يقول مولانا محمد علي ، تعليقاً على حركة البعثات النبوية .

إن الظروف التي أحاطت بتوجيه هذه الرسائل النبوية للملوك والأمراء لتستحق شيئاً من التأمل والاعتبار ، فلو أن الرسول وجه هذه الرسائل بعد إخضاع بلاد العرب برمها لنفوذ ، إذا لكان في إمكان الباحث أن يعتبرها عملاً أوحى به الطموح إلى التوسع في الملك ، فقد كان المسلمون إلى ذلك الحين أضعف من أن يشقوا طريقهم إلى مكة لأداء فريضة الحج ، وكان المشركون لا يزالون هم أصحاب السلطة الحقيقية حتى لقد فرضوا شروط الصلح (يريد صلح الحديبية) على النبي (صلي الله عليه وسلم) .

فصحيح إذن أن الرسول لم يكن بهدف من وراء هذه الحركة الإعلامية إلى التوسع في النفوذ أو جاء أو سلطان أو نحو ذلك ، إنما كان الرسول يحرص من خلال هذه الحركة أن يفهم المسلمون أن الإسلام لم يقصد به العرب وحدهم ولكن يقصد به الناس كافة .

ولنا تعليق آخر من الناحية الإعلامية عدا تعليق مولانا محمد علي الذي أوردناه الآن على حركات البعثات النبوية ، ونلخص تعليقنا فيما يلي :

نفهم من دوائر المعارف الإنجليزية والأمريكية أن الدبلوماسية ذاتها فن حضري بحث - بمعنى أنه لم يعرف إلا في العصور الحديثة - وفي العصر الذي نعيش فيه بنوع خاص

ولعل أقصى ما ذهب إليه المؤرخون المحدثون هو أن الدبلوماسية لم تعرفها البشرية قبل القرن الثالث عشر الميلادي ، وهم يقولون إن هذا الفن إنما بدأ في (الفاتيكان) على يد أحد البابوات منذ أخذ البابا يبعث بالوفود إلى الملوك والأمراء لأغراض دينية وأخرى سياسية وهذا خطأ تاريخي لأن الدبلوماسية ظهرت في

صدر الاسلام على يد رسوله صلى الله عليه وسلم
مبعوثو الرسول إلى الملوك والأمراء وسيله إعلام دولي :-

حدثنا كتب السيرة أن الرسول عاد من صلح (الحديبية) فدعا المسلمين إلى اجتماع عام أوضح لهم فيه أن الاسلام جاء رحمة للناس كافة ، وأن العرب ليسوا هم المقصودين وحدهم بهذا الدين ، وأن الوقت قد حان لحمل الرسالة الإسلامية إلى جهات أخرى فى داخل بلاد العرب وفى خارجها ، وأنه يجب البدء بالملوك والأمراء المحاورين لهم ومنهم يومئذ : قيصر الروم ، وكسري فارس ، نجاشي الحبشة والمقوقس وعزيز مصر ، وأمير البحرين وصاحب دمشق ، وأمراء اليمن ، وهذا كله فضلاً عن أمراء العرب الذين لم يدخلوا بعد فى هذا الدين ، ومنهم الأمير شريحيل وغيره .

مندوبو الرسول إلى الملوك والأمراء :

بعث الرسول (صلى الله عليه وسلم) رسلاً من أصحابه معهم كتباً إلى الملوك يدعوهم فيها إلى الاسلام :

- ١- فبعث دحية بن خليفة الكلبي إلى قيصر ملك الروم .
- ٢- وبعث عبد الله بن حذافة السهمي إلى كسري ملك فارس .
- ٣- وبعث عمرو بن أمة الضمري إلى النجاشي ملك الحبشة .
- ٤- وبعث حاطب بن أبى بلتعة إلى المقوقس ملك الاسكندرية .
- ٥- وبعث عمرو بن العاص السهمي إلى جيفر وعبد ابنى الجاندي ملكى عمان
- ٦- وبعث سليط بن عمرو إلى (ثمامة بن أثال وهوازة بن على) على الحنفيين ملكى اليمامة .
- ٧- وبعث العلاء بن الحضرمي إلى المنذر بن ساوى العبدى ملك البحرين
- ٨- وبعث شجاع بن وهب الأسدي إلى الحارث بن أبى شمر الغساني - ملك تخوم الشام .

وقيل إنه للأسف الشديد لم يحتفظ التاريخ بكل هذه الرسائل النبوية ، وذلك فيما عدا الرسائل التى وصلت إلا كلاً من المقوقس ، وهرقل ، والنجاشي ، وكسري

أما أثر الرسائل فقد كان النجاح فى الاعلام بالدعوة ، بل والحوار حول الدعوة ذاتها . ولم تكن الرسائل للملوك رسائل شخصية وانما كانت موجهة إلى رعايا الملوك من خلال حكامهم . أما رد الفعل فقد اختلف ممن وجهت إليهم الرسائل ومن حاشيتهم .

فقد ذكر التاريخ أن " المقوقس " قد أحسن استقبال الوفد الذي حمل إلى الرسالة وأنه حفظ هذه الرسالة نفسها فى صندوق ثمين وبعث مع الوفد الذي عاد إلى الرسول بجملة من الهدايا ومنها بغلة وجاريتان ، تزوج الرسول بواحدة منهما وهي ماريا القبطية ، وأهدى الأخرى - واسمها شيرين - إلى شاعره حسان بن ثابت .

" بسم الله الرحمن الرحيم " من محمد عبد الله ورسوله إلى المقوقس عظيم القبط ، سلام على من اتبع الهدى أما بعد ، فإنى أدعوك بدعاية الاسلام ، أسلم تسلم ، يؤتلك الله أجرك مرتين ، فإن توليت فعليك إثم القبط " يا أهل الكتاب تعالوا إلى كلمة سواء بيننا وبينكم ألا نعبد إلا الله ولا نشرك به شيئاً ولا يتخذ بعضنا بعضاً أرباباً من دون الله ، فإن تولوا فقولوا اشهدوا بأنا مسلمون "

يقول ابو سفيان إنه خرج يضرب كفا بكف وهو إذ ذاك على الكفر لم يسلم بعد - على ما صار إليه أمر محمد (صلي الله عليه وسلم) حتى أصبح ملوك بنى الأصفر يهابونه في سلطانهم بالشام وجملة الروايات فى رد فعل هرقل أنه لم يستطيع إعلان إسلامه خوفاً ممن حوله .

أما الرسالة التى وجهت إلى النجاش فإنها تختلف إلى حد ما عن هاتين الرسالتين السابقتين حيث أنها تقول :

(بسم الله الرحمن الرحيم من محمد رسول الله إلى النجاشي عظيم الحبشة سلام على من اتبع الهدى أما بعد : فإنى أحمد إليك الله الذي لا إله إلا هو الملك القدوس السلام المؤمن المهيمن . وأشهد أن عيسى بن مريم روح الله وكلمته ألقاها إلى مريم البتول الطيبة الحصينة . فحملت بعيسى من روحه ونفخة كما خلق آدم بيده .

الفصل الرابع

تدريب وتأهيل المتحدث الرسمي

- تعريف التدريب.
- أهمية التدريب.
- أهداف التدريب.
- وظائف التدريب.
- الفرق بين التعليم والتدريب للمتحدث الرسمي.
- الفرق بين التدريب والتأهيل.
- الفرق بين التدريب والخبرة.
- أسس التدريب.
- الصعوبات التي تواجه تدريب المتحدث الرسمي.
- أنواع التدريب.
- تأهيل المتحدث الرسمي.
- واقع التدريب في الوطن العربي.
- المركز التدريبي للمتحدث الرسمي.

تعريف التدريب الإعلامي :

تتعدد التعريفات لمفهوم التدريب ومنها تعريف الدكتور محمود علم الدين ،
التدريب فى مجال وسائل الاتصال الجماهيرية أو الاتصال بال جماهير بأنه تلك
العملية المنظمة المخطط لها لاستثارة ونقل بعض الخبرات والمهارات والمعلومات
والأفكار إلى العاملين فى وسائل الاتصال الجماهيرية (جرائد - مجلات - راديو -
تلفزيون - سينما - إدارة العلاقات العامة - الإعلان) بفرض تنشيط خبراتهم وتجديد
أفكارهم ومعلوماتهم.

ويعرف التدريب بأنه عملية مخططة لتعديل الاتجاهات أو المعارف أو المهارات
أو السلوكيات وذلك بهدف تحقيق الأداء الفعال فى إطار نشاط ما أو مجموعة من
الأنشطة .

ويرى اتجاه آخر أن التدريب هو عملية تعديل إيجابي تناول سلوك الفرد من الناحية
المهنية أو الوظيفة بهدف كسب المعارف والخبرات والمهارات التي يحتاج إليها
الإنسان وتحصيل المعلومات التي تنقصه، والاتجاهات الصالحة للعمل من أجل
رفع مستوى كفاية فى الأداء وزيادة إنتاجيه بحيث تتحقق فيها الشروط المطلوبة
لإتقان العمل وفاعليته مع السرعة والاقتصاد في التكلفة والجهود المبذولة وفي
الوقت المستغرق.

ويحيل رأي آخر إلى تعريف التدريب بأنه :

نشاط مخطط يهدف إلى إحداث تغيرات فى الفرد والجماعة من ناحية المعلومات
والخبرات والمهارات ومعدلات الأداء وطرق العمل والسلوك والاتجاهات مما
يجعل هذا الفرد أو تلك الجماعة صالحين لشغل وظائفهم بكفاءة وإنتاجيه.

ويعرف التدريب بأنه: ضرورة أساسية لبناء كفاءة الأفراد عند الالتحاق
بالعمل ومعالجة مشاكلهم أثناء الأداء وتطوير قدراتهم إلى مراكز وظيفة تفيد
الأفراد من ناحية والمشروع من ناحية أخرى .

وتعريف اسما حسين حافظ التدريب الصحفي الذي يتم فى الأساس فى
أقسام وشعب الصحافة : مهمة ومسئولية أعضاء جهاز التدريس الصحفي أساسياً

في إعداد وتأهيل طلبه التخصص على الوجه الذي يقتضيه تخريج أجيال الصحفيين الصاعدة بأعلى مستوى من الكفاءة والخبرة العملية بناء على الجهد المنظم والمخطط الهادف إلى تنمية القدرات واكتساب وصقل المهارات الفردية وذلك في إطار ما ينهي تحقيقه من تكامل بين الدراسة النظرية وجوانب الممارسة التطبيقية والمران بالاستعانة بصفة أساسية في المؤسسات الصحفية.

تعريف المؤلف " رفعت الضبع ": هو عملية لإكساب المعلومات والمهارات الإعلامية الجديدة لصالح المتحدث الرسمي وفقاً لبرنامج محدد .

أهمية تدريب المتحدث الرسمي:

- ١- يوفر فرضاً حقيقية لتحسين اتجاهات المتحدثين الرسميين وصقل مهاراتهم وتزويدهم بالمعارف اللازمة لتلبية احتياجات العمل الذي يقومون به.
- ٢- تنمية روح الانتماء للمؤسسة عن طريق تبادل الأداء والمشاركة في وضع السياسات.
- ٣- يساعد على توفير إتقان اللغة العربية وبعض اللغات الأجنبية المساعدة على فهم المصطلحات العلمية.
- ٤- اكتساب المهارات والمعارف اللازمة لتولي المناصب العليا.
- ٥- إتاحة فرصة التدريب على برامج الكمبيوتر والإنترنت.
- ٦- رفع كفاءة المتحدثين القدامى وتحديث معارفهم وتنمية مهاراتهم وقدراتهم وتغيير اتجاهاتهم أو تعديلها أو التأكد على صحتها.
- ٧- تبادل الخبرات من خلال تبادل الزيارات بين المؤسسات في الداخل والخارج.
- ٨- اكتساب الخبرات الجديدة عن طريق المنح الدراسية.
- ٩- تتبع أهمية التدريب العملي أثناء الدراسة النظامية أو الأكاديمية للطلاب داخل المؤسسات سواء في أثناء العام الدراسي أو في الأجازات الصحفية وفق التخصص المطلوب.
- ١٠- التدريب التخصصي على أداء عمل معين مرتبط بالعمل الأصلي بهدف اكتساب مهارات جديدة لرفع مستوى الأداء من خلال التدريب العملي.

أهداف تدريب المتحدث الرسمي :

- ١- تغيير الاتجاهات وتطويرها.
- ٢- تقديم المعرفة.
- ٣- تنمية المهارات.
- ٤- مساعدة العاملين على أداء الأعمال والوظائف الحالية بأحسن مستوى ممكن.
- ٥- تزويد الفرد وإكساب معارف أو مهارات لازمة لممارسة العمل أو أداء المهام التي يعهد بها إليه والمقصود تدريبية ومرانه عليها.
- ٦- تنمية العاملين للقيام بالوظائف المستقبلية.
- ٧- تخريج الكفاءات المؤهلة لتحمل عبء العمل ومسئولية في شتى المجالات الإذاعية النوعية.
- ٨- تكوين قدرات مهارية على ممارسة جوانب العمل الذي يتم التدريب عليه وذلك عن طريق المران العملي والأنشطة التطبيقية حتى يتمكن من أداء العمل وحدة دون الاعتماد على غيره وتجديد تلك المهارة باستمرار.
- ٩- زيادة ثقة المتدرب بنفسه والارتقاء بمستواه التعليمي والثقافي وتدعيم اتجاهاته إلى التفكير والابتكار.
- ١٠- زيادة القدرة على الاطلاع و البحث والدراسة.
- ١١- تزويد المتحدث بالأسس المعرفية عن الأنساق الاجتماعية التي يعيش فيها الأفراد والأسر والجماعات ومنهم أشكال التفاعلات بين الإنسان وبيئته التي يعيش فيها.
- ١٢- تعليم المتحدثين الإدراك والفهم والتنويع للحاجات الإنسانية من خلال إدراك الفروق والتشابه في الخبرات والحاجات والمعتقدات بين الناس.

وظائف التدريب الإعلامي للمتحدث الرسمي:

- ١- صقل المتدربين : يعمل التدريب على تزويد المتدربين بما يهمهم ويتصل بشئون عملهم من معلومات وحقائق عن الموضوعات الجديدة المختلفة.
- ٢- التثقيف : يعتبر التدريب أحد مصادر الإشباع الثقافي والحضاري حيث اتسع دورها وتأثيرها كأداة لتعليم وتثقيف وتنوير وتوعية المتدربين فالثقافة يتبع مفهومها

ليتمثل على إشباع الاحتياج الإنساني لمختلف جوانب المعرفة في شتى المجالات المختلفة.

٣- المشاركة المجتمعية : تنمية الحس المهني و الشعور بالمسئولية لدى الجماهير وذلك من خلال أسس عملية.

٤- التنمية : إن التنمية والتطوير كمقصد هام وهدف أساسي مرتبط بكافة أهداف ووظائف التدريب حيث تؤدي إلى تحقيق الارتقاء والتطور الحضاري بالمجتمع والأخذ بيده نحو التقدم.

٥- الإحساس بالمسئولية : نتيجة التدريب من غرس الشعور بالمسئولية الإنسانية والقانونية تجاه المؤسسة ومتابعة المتغيرات والمستحدثات في مجال المهنة .

٦ - التعارف والترفيه : ينتجه التدريب إلي التعارف الاجتماعي والثقافي و المهارى والتروحي .

الفرق بين التعليم والتدريب

من حيث	التعليم	التدريب
المفهوم	هو الدراسة النظامية في المدرسة أو الكلية أو الجامعة أو أي مؤسسة تهدف إلى بناء الإنسان	هو الأداة أو الوسيلة التي تكفل للفرد ممارسة أحد الأعمال بذاته واستغلال حصيلة التعليم
الهدف	يهدف التعليم إلى تزويد الفرد بحصيلة معينة من العلم أو المعرفة النظرية في مجال ما	يهدف إلى تحسين أداء العاملين ورفع كفاءتهم وذلك حتى يؤديوا أعمال بكفاءة
درجة الاهتمام	يهتم بالمعارف ويركز على الموضوع	يهتم بالفرد ويركز على الشخصية
الوظيفة	السببية في أداء مهمة محددة	لها بعد واحد وهو الكيفية
من حيث أهميته	التعليم هدف أساسي في حد ذاته	وسيلة لتحقيق الهدف

وبوجه عام... فالتدريب والتعليم وجهان لعمله واحدة في إطار العملية التعليمية فالتعليم والتدريب المستمر هو الطريق الأمثل للوصول إلى الكوادر الإعلامية القادرة على البذل والعطاء .

الفرق بين التدريب والتأهيل

من حيث	التأهيل	التدريب
التعريف	عملية مخططة لتعديل الاتجاهات والمعارف والمهارات بهدف تحقيق الأداء الفعال في إطار نشاط أو مجموعة من الأنشطة	إكساب الفرد مجموعة من المعارف والقدرات والمهارات والصفات العامة والخبرات والتدريب
شروط الحدث	يمثل متطلباً تجهيزياً عام ما يتم قبل أو بعد الالتحاق فعلياً بالعمل على السواء	قد يكون التأهيل شرطاً أساسياً للالتحاق ببعض الوظائف أو الأعمال يتم قبل المزاولة

ملحوظة : التدريب أكثر شمولاً وأعمق متخصص من التأهيل .

الفرق بين التدريب والخبرة للمتحدث الرسمي

من حيث	الخبرة	التدريب
المفهوم	عملية لتعديل الاتجاهات السلوكيات في إطار مجموعة من الأنشطة	هي درجة عالية من المعرفة والدراية تتم اكتسابها بالفعل نتيجة ممارسة عملية. وتعرض لعدد من المواقف والظروف أو المصائب
الفترة الزمنية	يحتاج إلى مدى زمني أقل من الخبرة	يحتاج إلى مدى زمني طويل
شروط اكتسابها	عام	خاص

وبوجه عام ..

- إن التدريب ← يؤدي إلى تحقيق الخبرة وقصر المدة اللازمة لإكساب الخبرة وبالتساؤل ← يؤدي إلى قلة الوقوع في الأخطاء .
- الحصول علي الخبرة ← يعتبر مؤشراً نجاح العمل التدريبي وارتفاع مستواه

الخطوات الواجب إتباعها للقائمين على تدريب المتحدث الرسمي :

- ١- التفهم الواعي لاحتياجات التدريب حتى يمكن رسم سياسة على أسس عملية سليمة.
 - ٢- الحصر الشامل المتكامل للبرامج التدريبية اللازمة والمواد التدريبية (النظرية - العملية).
 - ٣- الإلمام التام بجميع الأنشطة والجوانب التطبيقية المطلوب المran عليها لاكتساب المهارة بطريقة جيدة.
 - ٤- الابتعاد التام على الارتجال والعشوائية والاهتمام بالتخطيط التدريبي.
- وبوجه عام : إذا كان التخطيط في غاية الأهمية فالأهم ولاشك هو ← التنفيذ وحسن التطبيق لأسس وعناصر الخطة التدريبية والالتزام بها .
- أسس تدريب المتحدث الرسمي**

١- **تحديد هدف التدريب :** يجب أن يكون هدف التدريب يتسم بالوضوح والدقة والقابلية للقياس وأن تكون تلك الأهداف متكاملة غير متعارضة وبشكل قابل للقياس والتحقيق.

٢- **حصر موضوعات أو محتويات المادة المنهجية والجوانب العملية للتدريب :** نشير هنا إلى أن المادة التعليمية والجوانب العملية في التدريب يجب أن تكون موجهة أكثر لخدمة المتدرب بدلاً من تكون موجهة لخدمة المدرب أو الجهة القائمة بالتدريب.

٣- اختيار أساليب التدريب بما يناسب كل جانب من الجوانب التدريبية: تتنوع أساليب التدريب وأوجه ممارسة أنشطة المختلفة وتطبيقاته العملية وكذلك جوانب التدريب عديدة ومختلفة باختلاف المجال الذي يحدده التدريب.

٤- تحديد الفترة الزمنية اللازمة للتدريب: يجب مراعاة ساعات التدريب اللازمة والمدة الزمنية التي يتم خلالها التدريب دون إفراط أو تفريط وذلك لتحقيق أقصى فائدة ممكنة للتدريب وتجنب مضيعة الوقت والجهد والمال وذلك بالنسبة للمدرب أو جهة المتدرب.

٥- تحويل المنهج إلى برنامج تدريبي ووضع الجدول الزمني للتنفيذ ومراجعة البرنامج قبل تنفيذه: وذلك يعني تحويل النظري إلى تطبيق أو عملي والتأكد من مراجعة المنهج قبل تحويله إلى برنامج والتبصير من مدي ملائمة لمستوى المتدربين والتأكد من أنه يشتمل على الموضوعات التدريبية اللازمة لتحقيق الهدف النهائي.

الصعوبات التي تواجه تدريب المتحدث الرسمي

- ١- نقص واضح في الخبرة والمهارة لدى معظم مشرفي التدريب الذي يتم اختيار بناء على السمعة الشخصية دون مراعاة عنصر الكفاءة أو المهارة
- ٢- أن المؤسسات التدريبية غير قادرة على استيعاب وتنفيذ خطط برامج التدريب العملي .
- ٣- عدم استخدام أساليب علمية مقننة تساعد على معرفة مردود العملية التدريبية وذلك لتقييم جهود وإنجازات المتدربين أثناء العمل التدريبي .
- ٤- ندرة أو قلة الدور المهني للمتدرب في مختلف المؤسسات التدريبية وهامشية الدور الذي يقوم به ما يعقد فيه وفي خبراته وقدراته كمدرب لهم
- ٥- عدم تدريب المتحدثين الرسميين في المؤسسات الإعلامية
- ٦- قلة توفير الإشراف العلمي على التدريب من الأساتذة في مجال التخصص.
- ٧- لا يوجد التحفيز المطلوب في العملية التدريبية للأساتذة والخبراء .
- ٨- عدم وضوح فلسفة وأهداف التدريب لبعض المدربين وغالبية المتدربين.

- ٩- عدم استثمار العطلة الصيفية في التدريب.
- ١٠- افتقاد خطة الدراسة إلى لائحة عملية حديثة للتدريب.
- ١١- قلة الفترة الزمنية المتاحة فيها للتدريب.
- ١٢- ندرة تنظيم برامج تدريبية للقائمين على تدريب المتحدث الرسمي داخل المؤسسة وخارجها.

أنواع التدريب للمتحدث الرسمي

أولاً: التدريب حسب المرحلة الوظيفية :

تدريب الموظفين الجدد : هو التدريب الذي يقوم للموظفين الجدد بهدف خلق اتجاهات نفسية وإيجابية لديهم على العمل حتى تضمن فاعلية كبيرة في التدريب.

توجيه الموظف الجديد :

١- التدريب بغرض تجديد المعرفة والمهارة: هو التدريب الذي يقدم حينما تتقدم معارف ومهارات الأفراد وخاصة حينما يكون هناك أساليب تكنولوجية وأنظمة جديدة.

٢- التدريب بغرض تغيير المسمى الوظيفي : يقوم التدريب بسد الاختلافات والفروق في المهارات والمعارف وذلك نتيجة اختلاف المهارات والمعارف الحالية للفرد عن المهارات والمعارف المطلوبة في الوظيفة.

٣- التدريب للتهيئة في المعاش : هو ذلك التدريب الذي يتم في المنظمات الراقية بهدف تهيئة كبار السن من العاملين إلى الخروج للمعاش.

٤- التدريب التحويلي : هو تدريب الموظفين على مهنة جديدة تختلف عن مهنة الأولى أو تختلف عن تخصصه.

ثانياً : أنواع التدريب حسب المسمى الوظيفي :

١- التدريب المهني والفني : يهتم هذا النوع من التدريب بالمهارات اليدوية والميكانيكية.

٢- التدريب التخصصي : يهتم هذا النوع من التدريب باكتساب المتدرب بمعارف ومهارات خاصة بوظائف أعلى.

٣- التدريب الإداري : يتضمن هذا التدريب المعارف والمهارات الإدارية والإشرافية لتقلد المناصب الإدارية.

ثالثاً: التدريب حسب مكانه :

١- التدريب داخل المؤسسة : هو ذلك التدريب الذي يعقد داخل المؤسسة سواء للمدربين من الداخل أو الخارج.

٢- التدريب خارج المؤسسة : هو ذلك التدريب الذي يتم خارج المؤسسة وقد يكمن داخل نفس الدولة أو خارجها .

٣- تدريب المتحدث الرسمي أثناء العمل :

أ- نظام التدريب الأكاديمي: هو ذلك النظام الذي يجمع بين الدراسة المنظمة المتخصصة في إحدى المدارس والمعاهد أو الكليات وبين ممارسة عمل المتحدث الرسمي في مؤسسة معينة وذلك لاكتساب الخبرات المهنية إلى جانب المعارف الأكاديمية.

ب- المناقشة

ج- التعاون الإقليمي في التدريب: وذلك من خلال تنظيم حلقات دراسية ودورات في مراكز تدريبية.

د- عقد لقاءات مع خبراء المتحدثين الرسميين في الدول الرائدة.

هـ- الاستعانة بالمختصين من غير العاملين في المؤسسات كمستشارين أو خبراء مساعدين.

و- إيفاد العاملين في مؤسسة ما في زيارات أكبر في الدولة نفسها مشابهة في دولة متقدمة أو لمؤسسة أكبر في الدولة نفسها للإطلاع على سير العمل أو للإطلاع على المستجدات والتقنيات بها

ز- المراكز التدريبية التي تنشئها بعض مؤسسات التدريب أو تشارك في تمويلها بالتدريب العاملين بالفعل أو الراغبين في الالتحاق بالعمل في تلك المؤسسات.

٤- تدريب المتحدث الرسمي وفقاً لمؤسسات التدريب :

أ- التدريب أثناء العمل: يتم التدريب أثناء العمل عندما تقوم المؤسسة بوضع جدول لبرنامج تدريبي حيث يصبح بإمكان المتدرب الاستفادة القصوى من التدريب لمعايشة واقع المتحدثين الرسميين.

ب- الاستعانة بأحد المتخصصين : يتم الاستعانة ببعض المتخصصين في مجال تدريب المتحدث الرسمي ليقوم بتدريب الأفراد العاملين لديها.

ج- التدريب بالخارج : هو التدريب الذي يتم من خلال استغلال الفرصة التدريبية التي تتاح للمتحدثين الرسميين للمتدرب في الدول المتقدمة.

د- التدريب الأكاديمي: هو التدريب الذي يمنح للطالب (تاهيل المتحدث الرسمي) داخل الجامعة أو المعهد الأكاديمي.

تأهيل المتحدث الرسمي

• مفهوم التأهيل.

• مكونات التأهيل.

• أهداف التأهيل.

أولاً : مفهوم التأهيل للمتحدث الرسمي :

يعرف التأهيل بأنه إكساب الفرد مجموعة من المعارف والقدرات والمهارات والصفات العامة والخبرات والتدريب للمتحدث الرسمي.

تعريف المؤلف " رفعت الضبع " لتأهيل المتحدث الرسمي : هو عملية إكساب المهارات والمعلومات اللازمة لمهنة المتحدثين الرسميين.

ثانياً : أهداف التأهيل الأكاديمي :

١- تزويد المتحدث الرسمي بالمعارف والقدرات والمهارات التي تمكنه من الوفاء بنجاح باحتياجات المهنة .

٢- تنمية معارف المتدربين بدور المتحدث الرسمي في المجتمع.

٣- إعداد الخريجين بحيث يمكنهم خضوع مهام المتحدث الرسمي للتحليل والنقد.

٤- تزويد الممارسين لمهن المتحدث الرسمي بمزيد من التعليم أثناء العمل.

ثالثاً : مكونات عملية التأهيل للمتحدث الرسمي :

- الأستاذ الإعلامي .

- المنهج المتحدث الرسمي .

- الطلاب.

- الكتاب .

- الإمكانيات والمعدات.

- الإدارة الجامعية.

وفيما يلي عرض موجز لهذه المكونات :

أولاً: المنهج

يعرف المنهج بأنه: مجموعة متنوعة من الخبرات التي يتم تشكيلها وإتاحة الفرصة للمتعلّم المردود بها وهو ما يتم عبر عمليات التدريس التي تظهر نتائجها فيما يتعلمه المتحدثون الرسميون وقد يكون هذا من خلال المؤسسة المتخصصة وغيرها من المؤسسات الكبرى لتدريب متحدثها الرسمي ويشترط في هذه الخبرات أن تكون منطقية وقابلة للتطبيق والتأثير وفقاً لفلسفة المتحدثين الرسميين.

هناك عدة أمور ينبغي مراعاتها في المنهج :

- ١- أن يكون غالبية المواد المقررة متصلة بالمتحدث الرسمي . اتصالاً وثيقاً ويضاف إليها مواد ومعارف عامة.
 - ٢- أن تغطي المناهج الجوانب الاتصالية المتخصصة واللازمة للمتحدثين الرسميين حتى يتسنى لهم ممارسة العمل المهني داخل المؤسسة .
- فقد بذلت جهود كبيرة لتصنيف مناهج المتحدث الرسمي وتنقسم المناهج التي يتم تدريسها إلى عدة مجموعات.

• مواد ثقافية تهدف إلى التكوين الثقافي من معارف سياسية - اقتصادية - اجتماعية .

• مواد نظرية في مجال المتحدث الرسمي : النظريات العلمية في الصحافة والاذاعة والتلفزيون والعلاقات العامة والرأي العام - التشريعات

الاعلامية وأصول التربية وعلم النفس والصحة النفسية والتربية الاجتماعية وأخلاقياتهم.

- مواد تطبيقية: مواقف عملية لأشهر المتحدثين الرسميين.
- مواد عملية: إجراء مؤتمرات ولقاءات اعلامية بشكل عملي.
- مواد متخصصة في مجال المتحدث الرسمي: إذاعة - تليفزيون - علاقات عامة واتيكييت وبروتوكول.

ثانياً : الأساتذة

يعرف أستاذ الجامعة بأنه كل مشغل بالتدريس والبحث من الأساتذة والأساتذة المساعدين والمدرسين ويستخدم عدة مصطلحات للإشارة إلى الأستاذ الجامعي منها أستاذ Professor ومعلم Teacher ومحاضر Lecture وعضو هيئة التدريس Faculty Member.

وهناك عدة أدوار يقوم بها أستاذ الجامعة:

١- الدور الأكاديمي: يشير إلى الأنشطة التي يضطلع عليها أستاذ الجامعة وتتعلق بالتدريس والبحث العلمي والخدمة العامة وتنقسم إلى (خدمة الجامعة - خدمة المجتمع).

٢- الدور الإداري : يقصد بها الأعمال الإدارية التي ارتبطت بأستاذ الجامعة كرئاسة القسم أو وكالة الكلية أو عمادتها.

ثالثاً : الطلاب :

يعد الطالب هو الأساس في العملية التدريبية حيث أنه المستهدف منها فالمتحدث الإعلامي يجب أن يكون لديه الآتي :

- ١- المقدرة على التعبير اللغوي السليم.
- ٢- أن يكون واسع الأفق.
- ٣- أن يكون لديه ثقافة واسعة.
- ٤- أن يجتاز الاختبارات التي تنظمها كليات التربية النوعية والإعلام والأداب .

- ٥- أن يكون لديه قدرة على الإبداع والابتكار.
- ٦- أن يكون خاليا من الأمراض النفسية والتشوهات الخلقية والجسمية.

رابعاً : الكتاب :

توفير الكتاب للمتحدث الرسمي المناسب في مختلف التخصصات من المشكلات الأساسية التي تواجه كل من أساتذة الإعلام والمتحدثين الرسميين وتقف أمام تحصيله الدراسي ، فما زالت المكتبات فقيرة بالمؤلفات المتصلة بالمتحدث الرسمي وخاصة التي تحمل أسماء اساتذة الجامعات المتخصصين ويفضل ان يكون الكتاب محكماً من قبل المتخصصين ومنشوراً بدور النشر.

خامساً : الإمكانيات التدريبية :

- ١- لابد من توافر الإمكانيات والمعدات من حيث الكم والكيف لتحقيق الأغراض للمتحدث الرسمي.
- ٢- لابد من توافر مكتبة تحتوي على الكتب القيمة في تخصصات المتحدث الرسمي المختلفة.
- ٣- أن تكون خدمات هذه المكتبة متاحة لاستخدام المتحدثين الرسميين.

سادساً : الإدارة

هناك عوامل من المشكلات التي تؤثر على طبيعة الإدارة :

- ١- المركزية الشديدة في الإدارة:
- ٢- محدودية الموارد المالية
- ٣- تعدد الأجهزة الرقابية ذات الصلة
- ٤- النقص في معايير تقسيم العاملين
- ٥- التوجيهات السياسية والاجتماعية والثقافية للدولة بصفة عامة
- ٦- القوانين والتشريعات التي تحدد مفهوم استقلال المؤسسات إدارياً ومالياً.
- ٧- الأنظمة واللوائح والجراءات التي تتصل بالنشاط الإعلامي.
- ٨- التشريعات الإدارية قديمة وجامدة.

أهمية التدريب والتأهيل للمتحدث الرسمي :

توجد مجموعة من الاعتبارات التي تؤكد أهمية الدور الذي يمكن أن يلعبه التدريب والتأهيل للمتحدث الرسمي :

١- زيادة فعالية الخدمات الإعلامية في التأثير العام : تؤدي وسائل الإعلام الجماهيرية خاصة الراديو والتلفزيون والصحف دورا مؤثرا في تشكيل الرأي العام وإمداده بالمعلومات والآراء والقيم مما يفرض ضرورة وصول الخدمات الإعلامية الى درجة ممكنة من الفاعلية والتأثير ويستلزم الوصول الى هذا الهدف توافر مجموعة من العناصر كالأجهزة الهندسية المناسبة ووضع السياسات التخطيطية طويلة ومتوسطة وقصيرة المدى وعلى رأس هذه العناصر العنصر البشري الذي يتولى تشغيل هذه الأجهزة وتنفيذ السياسات التخطيطية وما لم يصل هذا العنصر عن طريق التدريب المستمر الى المستوى الفني المناسب فلن تستطيع الأجهزة بذاتها ان تضيف شيئا مؤثرا ولن تجد السياسات المؤثرة وسيلتها الى التنفيذ

٢- حسن استخدام الامكانيات المتاحة : لا يمكن تحقيق الاستخدام الرشيد للامكانيات المتاحة الا عن طريق الايدي الخبيرة ، فهي القادرة على العناية بالأجهزة الدقيقة وعدم تعريضها الى التلف. وهى القادرة على حسن استخدام كل دقيقة من ساعات العمل والأجهزة الفنية وعدم ضياعها فيما لا ينبغي ان تضيع فيه.

٣- اعداد احتياطي من العاملين لمواجهة متطلبات التوسع والانشاءات الجديدة تمر معظم الخدمات الإعلامية في الوطن العربي في الوقت الحاضر بمرحلة تطور ضخمة تتمثل في إنشاء مؤسسات جديدة وإقامة مدن إعلامية وشبكات إرسال جديدة ، وهو توسيع ضرورى يتمشى مع أهمية الدور المنوط بالمتحدث الرسمي والمسئوليات السياسية والاجتماعية الملقاة على كاهله ، مما يفرض ضرورة إيجاد احتياطي من العاملين القادرين على تنفيذ هذه المخططات حتى لا تفاجأ المؤسسات الإعلامية العربية بفراغ بين إمكانياتها او تضطر الى اسناد هذه المشروعات بعد تنفيذها الى غير المتفرغين أو غير القادرين على حسن استخدامها.

وبصفة عامة يمكن القول أن التأهيل والتدريب يؤديان الى اعداد العاملين الجدد لعمل المتحدث الرسمي وتطوير مهارات العاملين القائمين بالعمل فعلا ونشر المعلومات التي تساعد تطوير عمل المتحدث الرسمي وتشجيع البحث عن صيغ جديدة للبرامج واقتراح وسائل جديدة للعمل وتبادل الخبرة الاعلامية مع خبرات الاجهزة الثقافية الأخرى.

بعض المبادئ الأساسية في تصميم مناهج تدريب المتحدث الرسمي :

انتهت الدراسات العلمية في مجال تدريب المتحدث الرسمي الى مجموعة من المبادئ الأساسية التي تؤخذ في الاعتبار عند تصميم مناهج تدريب المتحدث الرسمي لتحقيق الاهداف المرجوة لخدمة التخطيط ، منها :

١- ينبغي ألا يركز التدريب على الجانب المهني وحده ، بل لابد له ان يشمل ايضا على قدر كبير من التثقيف حول القضايا العامة السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية التي تتصل بشكل غير مباشر بعمل المتحدث الرسمي، فالعاملون لا يقدمون أشكالا فنية فقط وإنما يقدمون الفكر ومن ثم فلا بد من الاتفاق على الأسس العامة للقضايا الفكرية الأساسية للمجتمع أخذا في الاعتبار ان المتحدثين الرسميين يحملون على كواهلهم مسؤولية الريادة الاجتماعية والسياسية والثقافية مع غيرهم من العاملين في الحياة العامة ولا بد من أن يكون لديهم هذا الاحساس بالمسؤولية العامة .

٢- الحرص على ضرورة التدريب العملي المقترن بالتدريب النظري ذلك أن

عمل المتحدث الرسمي وسيلته في معظم الأحيان هي الأجهزة الفنية التي تحتاج الى من يعتني بها ويعرف أسرار تشغيلها وكيفية استخدامها في انتاج فني وثقافي لذلك فإن أي تدريب نظري غير مقترن بالتدريب العملي على الأجهزة لا يعدو ان يكون تدريباً اعلامياً يحقق الاهداف المنشودة.

٣- الحرص على ألا ينعزل التدريب عن العمل التنفيذي في المؤسسات التي

يعمل بها المتحدث الرسمي ذلك أن القائمين على أعمال التدريب يميلون عادة الى الانعزال عن مشاكل التنفيذ والتحقيق في مثاليات يأبأها الواقع العملي الأمر الذي يوقع المتدرب بعد انتهاء الفترة التدريبية وبداية مواجهته

٦ - للعمل على أرضية الواقع (في أزمة تمزق) بين مثالية يريد تطبيقها ومقتضيات عملية تتنافى مع هذا الطموح.

٤ - حسن اختبار المخططين والمدربين ويجب أن يتم الاختبار على أساس توافر الخبرات الشخصية اللازمة والانفتاح على التجارب الخارجية القادرة على التدريس والتدريب والعطاء وهي قدرة خاصة لا تتوافر في الكل ولذلك يجب أن توضع في الاعتبار كل المعايير السابق الإشارة إليها.

٥ - توفير الدرجة المناسبة من التفريغ للمشرفين على أعمال التدريب والمتدربين أنفسهم.

٦ - الاستعانة في عملية التدريب ببعض العناصر ذات الخبرة الخاصة في الأجهزة المختلفة لضمان الاستفادة من أحسن الخبرات المتاحة ولتعزيز الثقة بين هذه الأجهزة الثقافية والتعليمية ... الخ وبين أجهزة الاعلام.

٧ - ضرورة وضع نظام للتقييم على أن يعد قبل بدء المنهج التدريبي ويطبق حول تنفيذه لمعرفة مدى نجاح المنهج التدريبي في تحقيق أهداف ومدى تطبيق المنهج التدريبي في الواقع العملي.

واقع التدريب للمتحدثين الرسميين في الوطن العربي :

لقد أشارت اللجنة الدولية لدراسة مشكلات الاعلام وتقرير ماكبرايد بوضوح الى أي نظام إعلامي تحكمها الى حد كبير كفاءة من يتولون تشغيله ، ولذلك يمكن اعتبار التدريب على وسائل الاتصال الجماهيري على كافة المستويات وكافة الاشكال له أهمية قصوى ويمكن اعتباره أمر بالنسبة للتشغيل الفعال لنظم الاتصال ولتطويرها . ولقد انتهت الدراسات التي تناولت واقع التدريب الاعلامي في الدول العربية على الرغم من قلتها الى مجموعة من المؤشرات العامة منها :

١ - لاينال التدريب للمتحدث الرسمي من اهتمام الدول العربية ما يناله التدريب في المجالات الأخرى كالصناعة أو الزراعة بل لا يلقى الاهتمام الجدير به من معظم المؤسسات الاعلامية التي يتبعها إذ يكون الاهتمام بالتشغيل اليومي بدرجة أكبر من الاهتمام بالتدريب المهني.

- ٢- لا يوجد حصر في الدول العربية للامكانيات الاعلامية القائمة سواء الامكانيات البشرية أو الفنية ولا يوجد تصور بعيد المدى لخطط المستقبل الا في مجالات مؤسسات محدودة.
- ٣- عدم قيام التدريب على أسس تقدير الاحتياجات الفعلية.
- ٤- ندرة المدربين وعدم وجود خطة طويلة أو متوسطة المدى بمعظم مراكز التدريب الاعلامي لإعداد المتدربين حتى الآن.
- ٥- يعتمد التدريب بواسطة الهيئات الأجنبية على قاعدة الفرص المتاحة والاتفاقيات الثنائية والمعونة الفنية وعلى العروض التي يمكن أن تصل في أي وقت وفي أي تخصص لأي عدد من المتدربين مما يجعل التدريب رد فعل لمبادرة تأتي من الخارج وليس كناشط تخطط له المؤسسات الاعلامية تخطيطاً طويل المدى أو متوسط المدى.
- ٦- يميل التدريب في أغلبه الى العمومية في حين أن هناك حاجة كبيرة الى التدريب التخصصي كما أن التدريب معنى بمجالات الانتاج والمجالات التقنية في حين انه لا يوجد تدريب كافي في مجالات مثل التخطيط الاعلامي وإدارة المؤسسات الاعلامية والبحوث والتوثيق وكتابة البرامج المتخصصة الخ
- ٧- لا يجرى تقييم علمي لمعظم الدورات التدريبية يقيس مدى فاعليتها ودورها في زيادة معلومات ومهارات المتحدث الاعلامي .
- ٨- قلة المعينات التدريبية على الرغم من فاعليتها وانخفاض تكلفتها.
- ٩- قلة معدات التدريب وأماكنه مثل الظروف التي تساعد على اتمام التدريب بشكل جدي أو متكامل.
- ١٠- عدم وجود تنسيق منظم فيما بين مركز التدريب العربية.

هيئة تخطيط مركزية للمتحدثين الرسميين

تبرز الى جانب اعداد العناصر البشرية الملائمة ووضع خطة لتدريبها على النوعيات المختلفة لعمل المتحدثين الرسميين أهمية وجود هيئة تخطيط مركزية كأحد المتطلبات اللازمة والضرورية لإنجاز أي خطة إعلامية فالتخطيط الاعلامي

يحتاج الى جهود ضخمة وخبرات متنوعة في الوقت ذاته مما يحتم وجود هيئة تخطيط مركزية تتوافر فيها مقومات معينة وأساسية منها : الخبرة في التخطيط والعمليات التخطيطية ، القدرة على وضع الخطة ورسمها وأن تكون على صلة بالنشاط المجتمعي العام والنشاط الاعلامي بصفة خاصة وعلاقة كل منهم بالآخر وذلك لأن التخطيط الإعلامي هو تنظيم ثم سياسة وخطة تربط التنظيم بتلك الأهداف التي تعبر عن جوهر السياسة وتحدد بالتالي نطاق التحرك سواء في المستقبل البعيد ، وتوجد مجموعة من الاعتبارات التي يجب مراعاتها في تشكيل هيئة للتخطيط للمتحدثين الرسميين منها :

أ- تمثيلها لمختلف الاختصاصات العلمية والخبرات الفنية في حقل الاعلام بصفة خاصة والعلوم ذات العلاقة بالنشاط المجتمعي والفكري بصفة عامة.

ب- إعطاؤها سلطة وضع خطة للمتحدثين الرسميين وقرار تنفيذها في إطار السياسة العامة للدولة والسياسات الاعلامية.

ت- تخويلها حق اختيار الوسائل والاساليب والكوادر البشرية التي تحتاجها الخطة وقرار استخدامها .

قسم التأهيل الإعلامي للمتحدثين الرسميين

تقوم مؤسسة الابجدية بالتعاون مع مجموعة إعلام بتقديم عدة برامج تأهيلية في المجال الإعلامي وعلى أيدي مدربين وخبراء متخصصين في مختلف فروع المرئي والمروء والمسموع ووفق مناهج تدريبية تضع الطالب في مستويات التأهيل الإعلامي.

دورات قسم التأهيل الاعلامي

- قسم إعداد المتحدثين الرسميين.
-

شروع إعداد المعد والمذيع والمقدم الاذاعي والتلفزيوني والمتحدث الرسمي

- مشروع اعداد محرر صحفي
- مشروع اعداد ممتحدث رسمي

المشكلات التي تواجه المتحدث الرسمي

١. مشكلات تتعلق بغموض مصطلح المتحدث الرسمي.
٢. مشكلات تتعلق بتخطيط وتمويل المتحدث الرسمي.
٣. مشكلات تتعلق بالأجهزة المسنولة عن المتحدث الرسمي.
٤. مشكلات خاصة بالمتحدث الرسمي.
٥. مشكلات تتعلق بالقوى البشرية المنفذة لأعمال المتحدث الرسمي.
٦. مشكلات تتعلق بوضع اللوائح وتصميم المباني.

أولاً: بالنسبة لمصطلح المتحدث الرسمي :

بالرغم من مرور سنوات على تأسيس الشعب والأقسام وتخريج الطلاب إلا أن مازال عند البعض عدم وضوح المفهوم الحقيقي المتحدث الرسمي ووصل الخلط على مستوى الأستاذة وصناع القرار.

ثانياً: مشكلات تتعلق بالتخطيط للإذاعة:

- أ- افتقار المتحدث الرسمي للتخطيط حيث أن التخطيط للمتحدث الرسمي ينبغي أن يكون مرتبطاً بأهداف التربية السائدة والمرجوة ، فضلاً عن عدم وجود نظام متكامل يجمع كافة الأجهزة والجهات المعنية به في مؤسسة واحدة تخطط له وتتابع تنفيذه وتقوم بأدائه.
- ب- ضرورة أن يتم الربط بين الخطط للمتحدثين الرسميين والخطط التعليمية.
- ج- وضع الخطط الدراسية المقامة لتنفيذ هذه المنهج فالخطة الدراسية تحتاج إلى مراجعة فهي لا تحقق التكامل بين المناهج الدراسية المطلوبة وتقديم الدعم وتحديد أنشطته ووسائل التمويل اللازم.
- د- ضرورة توفير الموارد والإمكانيات المادية والبشرية ذات الخبرة التي يمكن أن تساهم في وضع الخطط الخاصة بالمتحدث الرسمي وأن تبنى الخطة الخاصة بالمتحدث الرسمي بناء على دراسة واقعية لما هو مستهدف تحقيقه.

ثالثاً: مشكلات تتعلق بالأجهزة المسنولة عن المتحدث الرسمي :

- ١- عدم إيمان بعض المسؤولين بالوظيفة الإذاعية مما يعرقل توفير الإمكانيات والموارد المادية والبشرية.
- ٢- عدم انتشار الوعي باستخدام الأجهزة المختلفة كالشرايح والمعنيات والوسائل التعليمية مما يستلزم معه تدريب كوادر مختلفة تساهم في تشغيل تلك الأجهزة.
- ٣- عدم توافر شبكة قومية للمعلومات الخاصة بالمتحدث الرسمي وفي ظل التطور الهائل في أجهزة الاتصال يمكن تحقيق ذلك.
- ٤- عدم توفير الإمكانيات المادية والبشرية اللازمة لإنشاء محطات بث اللازمة للمتحدث الرسمي.

رابعاً: مشكلات خاصة بالمتحدث الرسمي :

- ١- عدم وجود تنسيق بين تجربة المتحدث الرسمي في مصر والتجارب العربية والأجنبية المماثلة والرائدة .
- ٢- عدم وجود خطة متكاملة فعالة للبرامج التعليمية سواء في الإذاعة أو التلفزيون النوعي خاصة بالمتحدث الرسمي
- ٣- البرامج التثقيفية تعتبر محدودة على الخريطة الإعلامية بالمقارنة بالبرامج الترفيهية والتجارية التي قد تتضارب وتتعارض أهداف كل منها لتتنصر البرامج الترفيهية في النهاية.
- ٤- أشارت الدراسات والبحوث إلى وجود تأثير سلبي للإعلام على الطفل مما يستلزم معه ضرورة العمل على إعادة النظر في البرامج والمواد التي تعرض لتساهم في تحقيق الأهداف مع بقية مؤسسات المجتمع وأن يقتصر في عرض برامج الأطفال على ما هو محلي وعربي والبعد عن البرامج والمواد المستوردة وترشيد عرض الأفلام والمسلسلات ذات الطابع العنيف وأن تخضع هذه البرامج لإشراف علمي تربوي اجتماعي.
- ٥- العمل على الاستفادة من البرامج والمواد التي تعرض في المتحدث الرسمي لتساهم في تحسين مستوى تحصيل الأطفال والشباب.

- ٦- العمل على الاستفادة من المواد والبرامج في تنمية العادات القرائية ومهارات الإطلاع والبحث ومواجهة المشكلات التعليمية.
- ٧- ضرورة عرض المواد والبرامج التي تنمى لدى الأطفال حب التعاون والانتماء وتحمل المسؤولية والمحافظة على البيئة وغيرها.

خامساً: مشكلات تتعلق بالقوى البشرية المنفذة للمتحدث الرسمي:

(١) التدريس

- أ- يوجد عجز كبير في أعضاء هيئة التدريس المعينون والخبراء والمختصين.
- ب- غالبية أعضاء هيئة التدريس المنتدبون والمعينون من المتخصصين في الإعلام. وبالتالي فإن المادة التدريسية المقدمة للطلاب تكون قريبة جداً للإعلام العام وبالطبع بعيدة عن المتحدث الرسمي وبالتالي لا تحقق الهدف من تدريس المادة وهو المتحدث الرسمي.
- ج- حتى الآن لا يتوافر منح دراسية أو مهمات علمية كافية في تخصص المتحدث الرسمي.

(٢) رؤساء الأقسام العلمية:

بعض الرؤساء الحاليين لأقسام الإعلام غير متخصصين في المتحدث الرسمي وبعدين جداً عن التخصص وهذا ينعكس بدوره على العملية الإشرافية والتدريسية في الأكثر من التسجيل للدراسات العليا والامتحانات والتقويم وذلك لندره توافر أستاذ أو أستاذه مساعدين في تخصص المتحدث الرسمي بسبب تعنت من بعض عمداء الكليات لغرض سطوتهم على هذه الأقسام الوليدة التي تحتاج إلى تشجيع ومساندة منهم.

(٣) عمداء الكليات :

وإنصافاً للحقيقة فإن بعض عمداء الكليات التي بها أقسام الاعلام كان يدعم أقسام وشعب الإعلام والآخر من بعض عمداء الكليات بعينين عنه وهذا ينعكس بالسلب على المتحدث الرسمي بل يصل بعضهم إلى عدم الاهتمام بالأقسام وشعب

المتحدث الرسمي لعدم إيمانهم بالرسالة السامية التي يقوم بها ويؤديها كما أن بعض عمداء كليات التربية النوعية ليس لديهم خبرة كبيرة في الإدارة الجامعية الأمر الذي ينعكس بالسلب على أداء الرسالة الاعلامية.

سادساً: مشكلات تتعلق بوضع اللوائح وتصميم المباني:

أولاً: اللوائح

تم إعداد لوائح لتنظيم العمل داخل أقسام وشعب الاعلام ضمن لائحة الكلية التي أعدت منذ فترة زمنية طويلة وهذه اللائحة تحتاج لمراجعة لما بها من سلبيات كثيرة تعوق تحقيق أهداف هذه الشعب ولا تحقق الإعداد العلمي المطلوب للخريجين ولا تعمل على التكامل بين التربية والإعلام كما أنها لا تشجع الطلاب والمؤلفين على الإبداع والابتكار وتنمية مهاراتهم.

ثانياً: المباني

تفتقد شعب وأقسام الاعلام إلى مباني إعلامية مثل مبني للاستوديوهات الاذاعية والتلفزيونية ومبني للمكتبة ومكان للطلاب لتنمية مهاراتهم في التصوير والتخيل كما لا توجد مقاعد تليق بأعضاء هيئة التدريس.

التكامل بين المتحدث الرسمي والمؤسسات الأخرى

أولاً: المؤسسات الدينية.

ثانياً: الأسرة .

ثالثاً: كيفية استفادة الأسرة من المتحدث الرسمي.

رابعاً: المؤسسات التعليمية.

خامساً: استراتيجية الاستفادة من المؤسسات لخدمة المتحدث الرسمي .

سادساً: المنظمات الدولية المتخصصة.

سابعاً: دور المتحدث الرسمي في التنمية.

أولاً: المؤسسات الدينية:

ونعني بالمؤسسات الدينية هي دور العبادة المساجد والكنائس والأديرة والمعابد والجمعيات والمؤسسات الخيرية ومنظمات المجتمع المدني الدولي التي تسعى إلى

تحقيق القيم الدينية وهذه المؤسسات هي التي تضع البداية الحقيقية المتحدث الرسمي لأنها تهدف إلى غرس القيم والمعتقدات الدينية السليمة التي تساعد الشباب على أن يهتدي بهدى من الله سبحانه وتعالى ويسلك الطريق السليم ويحصن نفسه بالمفاهيم السماوية الراسخة التي صفتها الصدق والاستمرار والخلود كما أن الإنسان الذي يتمسك بها ويؤديها يحظى برضا الله تعالى في الدنيا والآخرة وهذا الغرس الطيب يعمل على وقاية المتلقي من الغزو الثقافي الهدام فلا يتأثر المتلقي بما تدعيه القنوات الفضائية أو الإذاعات الأجنبية أو الصحافة الصفراء من قيم وتقاليد مرفوضة من قبل السماء فهؤلاء لا تؤثر على المتلقي مهما كانت إغرائها.

(أ) دور الأسرة في المتحدث الرسمي :

يعتبر للأسرة دوراً كبيراً من دور المدارس والجامعات باعتبارها البيئة الأساسية التي ينشأ فيها الطفل ويشكل فيها، فالأسرة هي العامل الأول والأساسي في السيطرة على الأبناء وتعليمهم أسس التربية الإعلامية الجيدة حيث أنها عملية مستمرة مدى الحياة.

ومن هنا فعلي الوالدين توفير وسائل التنقيف المختلفة لأولادهم عن وسائل الإعلام والبرامج الهادفة.

ومن مبادئ التربية الإعلامية داخل الأسرة الآتي :

- ١- تشجيع المناقشات الأسرية عن وسائل الإعلام (مضامينها وتأثيرها).
- ٢- بناء نظام قيمي خاص بالأطفال باعتبارهم أساس العملية التعليمية.
- ٣- تشجيع المشاهدة النقدية والأنشطة الإذاعية والمواد الأخرى التي تقدمها وسائل الإعلام الأخرى.
- ٤- التعامل بكفاءة مع تحديات العصر ومتغيراته من العولمة المعلوماتية والإعلام المفتوح الذي قد يسبب التفكك الأسري.
- ٥- تشجيع الأبناء على مزاولة النشاط بالمدرسة بصفة عامة والأنشطة الإعلامية.
- ٦- إعطاء الأطفال والشباب فرصة لتحليل الرسائل الإعلامية لينتقي منها ما يتناسب معه ويرفض ما لا يتناسب معه ابتداء من الأمراض الجسمية

والانحرافات ومشاهد العنف والجريمة أو تلوث بيئة الطفل وإكسابه عادات وتقاليد وأنماط سلوكية تتنافى مع ثقافة مجتمعة.

(ب) كيفية استفادة الأسرة الاعلام لصالح تأهيل من المتحدث الرسمي :

- ١- تحديد وقت معين يقضيه الأطفال والشباب مع وسائل الاعلام ، حيث يقوم الوالدان بتحديد ساعة أو ساعتين فقط يومياً لتعرض الأطفال لوسائل الإعلام طبقاً لأولويات وقيم واهتمامات الأسرة.
- ٢- اختيار البرامج الجيدة سواء كانت أفلاماً تربوية أو عروضاً إذاعية تربوية أو مسجلات صوتية أو ألعاب كمبيوتر هادفة.
- ٣- ضرورة أن يكون الوالدين نماذج جيدة لاستخدام الإعلام وأن يعدوا المنزل ليكون بيئة إعلامية جيدة.
- ٤- تشجيع المشاهدة الجماعية فالمشاهدة الجماعية مع الوالدين أو الأقارب أو الأصدقاء وتهدف المناقشة النقدية ليفهم الأطفال والشباب تغيرات الآخرين للأخلاقيات والأحداث المتضمنة في الرسائل الإعلامية.

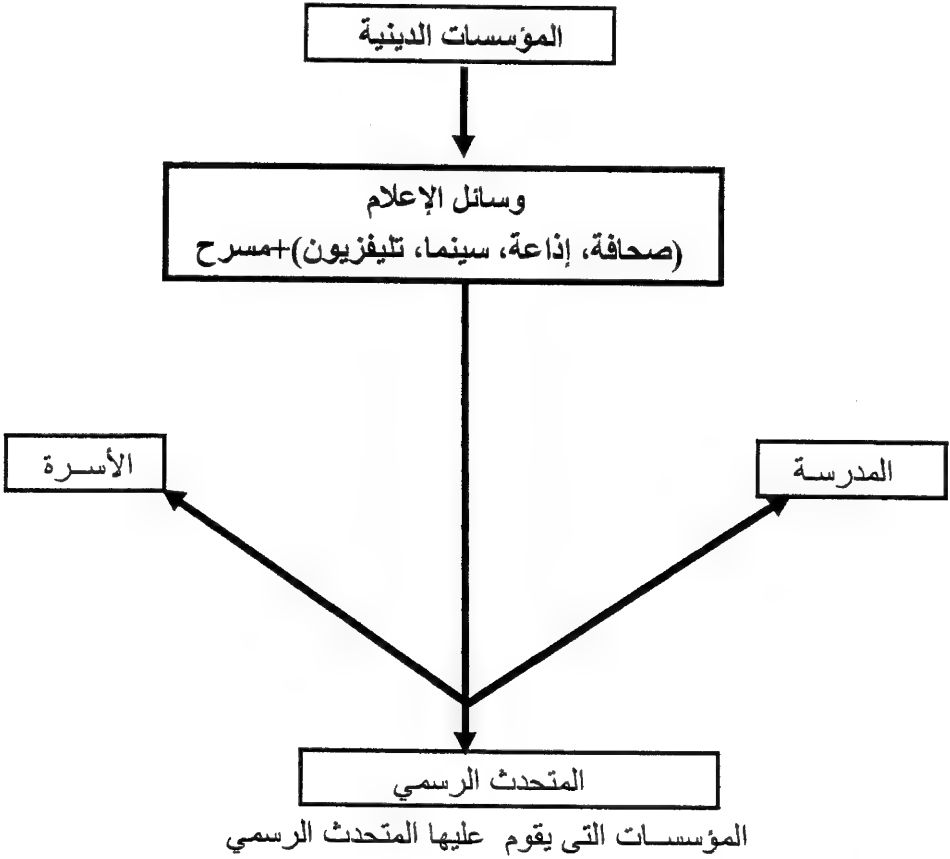
رابعاً: دور المدرسة والمؤسسات التعليمية في المتحدث الرسمي :

تشير العديد من الدراسات إلى أهمية المدرسة في التربية الإعلامية الجيدة وتبين الدراسات أهميتها حيث الرضا يمكن أن تمنحهم في تحسين المهارات النقدية لدى الأطفال والشباب فالتعليم المدرسي يعتبر من أهم وأكبر مصادر الوعي لدى الأفراد نظراً لوجود علاقة إيجابية بين التعليم والاعلام حيث أنهما "يتقاربان في الأهداف، فكلاهما يعمل على ترسيخ نمط معين من السلوك الاجتماعي وكلاهما يضيف وعياً ورصيذاً من المعلومات تمكن الأشخاص من الحكم على الأشياء واتخاذ موقف معين منها. فالبرامج المناهج الدراسية التي يتلقها الأطفال والشباب ليس الهدف منها نقل أفكاراً أو معلومات لحفظها فقط بهدف اجتياز الاختبارات بل تسعى إلى خلق الإبداع وتمكينه من الاستفادة من الثورة المعلوماتية وتوظيفها بما يحقق لمجتمعنا تعليماً أفضل وأجود، مواكبة عادلة مع المجتمعات الأخرى وذلك عن طريق تمكينهم من الإطلاع على المعلومات وإعطائهم المهارات اللازمة لحسن استثمارها الاستثمار الأمثل.

وإذ كان البعض ينظرون إلى الاعلام على أنه قوة مفسدة تنتج تأثيرات سلبية على طلابهم لذا فإن توجيههم لا يزال قاصراً على تعليم ثقافة وسائل الإعلام المطبوعة في المدارس مع وسائل الإعلام المرئية والمسموعة واستخدامها في مجال التعليم.

خامساً : الاستفادة من المؤسسات التي تخدم المتحدث الرسمي

- ١- استخدام المتحدث الرسمي لممارسة مهارات الملاحظة العامة والتفكير النقدي والتحليلي للرسائل التي تعرضها المؤسسات.
- ٢- استخدام الاعلام لبناء وممارسة بعض المهارات المنهجية.
- ٣- استثمار وسائل الإعلام كأداة منهجية لموضوعات.
- ٤- تحليل تأثير الاعلام على قضية معينة أو موضوع معين.
- ٥- الإسهام في تنشئة الأفراد عن طريق التسلية الهادفة والبعد عن الإسفاف.
- ٦- عمل منظومة إعلامية تستهدف بالتكامل والاتساق وعدم تناقض موادها.
- ٧- بناء الفكر الاتصالي لدى الشباب بالشكل الذي يجعله مدركاً بجوانب العملية الإتصالية وأبعادها وتنمية المهارات الاتصالية ومنها (مهارات القراءة والاستمتاع والكتابة ثم الحوار).



سادساً : المنظمات الدولية :

ونعني بها المؤسسات التي تقدم خدمات لصالح المتحدث الرسمي بصفة عالمية مثل المنظمات التابعة لجامعة الدول العربية ومنظمات المجتمع المدني التي لها أفرع دولية على مستوى العالم بأثره وهي منظمات دولية مشهود لها بالكفاءة وواسعة الانتشار ولها أهداف إنشائية سامية لتحسين فكر المتحدث الرسمي.

سابعاً : دور المتحدث الرسمي في التنمية :

يمكن أن يسهم المتحدث الرسمي من خلال منهج محدد المتحدث الرسمي باعتبار أنه عنصر هام ومكمل للمناهج الدراسية ويسهم بجزء كبير في تحقيق الأهداف والتعليمية والإعلامية وذلك لما له من مكانه في تنمية الخبرات التعليمية لدى المشاهدين.

يتيح هذا المنهج المقترح في المتحدث الرسمي من تعليم الصغار ماهية المتحدث الرسمي ووظائفه وأهمية واعتباره أداة هامة في بناء المجتمعات وتطورها وليس مجرد التسلية والترفيه.

ويسهم المتحدث الرسمي في :

* التعليم الصحيح والجيد لقراءة الجريدة قراء صحيحة.

* قراءة القصص والاستفادة منها.

* مشاهدة الأفلام الهادفة.

* تكوين المناعة والتحصين ضد الدعاية الهدامة التي تبثها القنوات الفضائية.

* غرس الإحساس بحب الوطن وتفعيل منجزاته وهذه المشاعر تتولد مما يكسبه أو يغيره من تلقاء نفسه.

* التعرف على أصحاب الملكات الإبداعية ومن ثم صقلها وتمييزها.

ثالثاً: المناظرات:

أولاً: تعريف المناظرة

ثانياً: أهمية المناظرة

أولاً: تعريف المناظرة (الدكتور السيد أحمد الصررى)

هي فن قديم وجد منذ وجود الإنسان ومن الأمور الطبيعية عند الإنسان المفكر اختلافه عن الآخرين وقد يكون هذا الخلاف مصدراً للخير أو الشر، والمناقشة والتباحث أمران يعني بهما الإنسان أي الإنسان يدلي برأيه ويثبت به بالحجج والبراهين والأدلة.

وكما يذكر أرجار جونسون أنها نشاط جماعي يتكون من مبادرة أو حجاجه شفوية مباشرة عن اقتراح معين أو مسألة من المسائل المطروحة للبحث بين متحدث أو أكثر من كل جانب.

ثانياً: أهمية المناظرة

١- تعد المناظرة وسيلة من وسائل تثقيف الجماهير.

- ٢- تتيح المناظرة الفرصة لكل طرف لتوضيح رأيه أو وجهه نظره وأفكاره واتجاهاته الأساسية نحو العديد من القضايا والأحداث المطروحة على الساحة المدرسية أو المجتمع.
- ٣- تكسب المستمع مبادئ التعليم الذاتي.
- ٤- تساعد المناظرة إلى التعود على أسلوب المناقشة والالتزام بأداب الحوار
- ٥- تكسب المتدرب القدرة على الحوار المبني على التحليل والاستنباط.
- ٦- يؤدي المناظرة إلى تحميل المسؤولية وقوة الشخصية والقدرة على التعامل مع الآخرين وبحث المشكلات القومية والمحلية وتبادل وجهات النظر
- ٧- تقدير المناظرات على غرس مبادئ الديمقراطية والممارسة الصحيحة لها.
- ٨- إتاحة الفرص للمتدربين للتعبير عن آرائهم واحترام أداء الآخرين في إطار تربوي موجه
- ٩- تعود المتدرب على بحث الموضوع قبل مناقشته.

ثانياً: دور المتحدث الرسمي:

- يتضح الدور للمتحدث الرسمي وذلك من خلال البرامج الصوتية المسجلة والمواد التي يتم بثها بمعرفة المحطات الإذاعية والقنوات التلفزيونية والصحف على الدوائر المفتوحة والتي يتم نقلها بواسطة المحطات والأجهزة على الدوائر لكل المشاهدين.
- بالنسبة للبرامج المختلفة فإن أسلوب تخطيطها وتنظيمها يمكن إيضاحه فيما يلي:
- ١- اختيار المحتوى العلمي للبرنامج بواسطة لجنة إعداد العلمية المتخصصة والمكونة من مستشار المادة ومقدم البرنامج ومخرجه.
 - ٢- كتابة المادة العلمية.
 - ٣- كتابة النص الإذاعي أو التلفزيوني.
 - ٤- إعداد البرنامج وإخراجه.
 - ٥- اجتماع لجنة الإعداد العلمية لاعتماد البرنامج أو تعديله.

- ٦- اختيار مقدم للبرنامج.
- ٧- تسجيل البرنامج.
- ٨- مشاهدة البرنامج بعد التسجيل.
- ٩- تصنيف البرامج وترقمها وتحديد مواعيد إذاعتها.
- ١٠- أن يعوض النقص في الأبنية الاعلامية.
- ١١- يعوض النقص في أعداد المتحدثين الرسميين.
- ١٢- حل مشكلة الاحتياجات المستمرة لمتطلبات المهنة.

(ب) التعليم غير النظامي :

للمتحدث الرسمي دور هام في هذا المجال حيث يعمل على زيادة المعلومات للجمهور وتشابه وسائل اعلامية اخرى مثل السينما في هذا الدور الهام ولكن تكفلها كثيرة وانشرها أقل بكثير من المتحدث الرسمي.

ومن فوائد المتحدث الرسمي التعليمية :

- ١- يفيد في الدول التي تعاني من تعدد مصادر المعلومات وتناقصها حيث يعتبر عامل مساعد في تحديد ودقة وصدق المعلومة ومن خلاله يسهم المتلقي في إيضاح ما يريده بفاعليه أكبر.
- ٢- يوضح للمتلقي المسائل المعقدة التي يصعب شرحها.
- ٣- التجديد المستمر للمعارف والمعلومات المواكبة للتطورات العلمية.

ويمكن للمتلقي الاستفادة من المتحدث الرسمي عن طريق :

- ١- معاملة المتلقي للمادة الاعلامية الصادرة من المتحدث الرسمي بثقة
- ٢- أن تحتوى المادة الاعلامية على الحفاظ وتعابير مقتبسة من ظروف العمل وأجهزة.
- ٣- أن يقدم المتحدث الرسمي صوراً توضيحية للمتلقين.
- ٤- اختيار الوقت المناسب لمتلقي المادة الاعلامية.
- ٥- أن تكون مدة التعرض ليست طويلة مملة أو قصيرة مُخلّة ولا تحقق الهدف الاعلامي.

الإشارة للمتحدث الرسمي :

مقدمة :

لم يغفل المتحدث الرسمي حق أصحاب المجالات الخاصة بالمعوقين وخاصة الذين فقدوا حاسة السمع لذلك يري المتحدث الرسمي استثمار لغة الإشارة في التعليم والتقنين والتدريب.

تعتبر لغة الإشارة واحدة من أعظم اللغات العالمية المتكاملة والشيقة التي جعلت العاجزين على التحدث باستعمالها والاستفادة منها وتعويضهم جوانب النقص التي يعانون منها فقد استفادة المتحدث الرسمي من لغة الإشارة في استعمالها لإتاحة الفرصة للتعليم فقد عوضت الطفل أو الشباب الذي حرم من حاسة السمع منذ ولادته أو الذي فقد القدرة السمعية قبل تعليم الكلام أو هو الذي فقدها بمجرد أن تعلم الكلام فلغة الإشارة لابد عند عرضها أن تكون مزودة بالصور التي تدل على كل مفردة من المفردات الأساسية فهي لغة نظرية بصرية وذلك لكي تتحقق التعلم والتواصل مع الآخرين وللدلالة على أهمية لغة الإشارة فقد تم ذكرها في القرآن الكريم والسنة النبوية.

أولاً: استخدام الإشارة وذكرها في القرآن الكريم :

(وَهَؤُلَاءِ إِلَيْكَ يَجِدُكَ الْخَلَّةُ تُسَاقِطُ عَلَيْكَ رَطْبًا جَنِيًّا) (مريم - ٢٥)

صدق الله العظيم

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

(وَاضْمُمْ يَدَكَ إِلَى جَنَاحِكَ تَخْرُجَ بَيْضَاءَ مِنْ غَيْرِ سُوءٍ) (طه - ٢٢)

صدق الله العظيم

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

(وَأَدْخِلْ يَدَكَ فِي جَيْبِكَ تَخْرُجَ بَيْضَاءَ مِنْ غَيْرِ سُوءٍ فِي تِسْعِ آيَاتٍ إِلَى فِرْعَوْنَ

وَقَوْمِهِ إِنَّهُمْ كَانُوا قَوْمًا فَاسِقِينَ) (النمل - ١٢)

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

(يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اذْكُرُوا نِعْمَتَ اللَّهِ عَلَيْكُمْ إِذْ هُمْ قَوْمٌ أَنْ يَبْسُطُوا إِلَيْكُمْ أَيْدِيَهُمْ فَكَفَّ أَيْدِيَهُمْ عَنْكُمْ وَاتَّقُوا اللَّهَ وَعَلَى اللَّهِ فَلْيَتَوَكَّلِ الْمُؤْمِنُونَ) (المائدة - ١١)

صدق الله العظيم

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

(اسْأَلْكَ يَدَكْ فِي جَنِيكَ تَخْرُجَ بَيضَاءَ مِنْ غَيْرِ سُوءٍ وَاضْمُمْ إِلَيْكَ جَنَاحَكَ مِنَ الرَّهْبِ فَذَلِكَ بَرْهَانُكَ مِنْ رَبِّكَ إِلَى فِرْعَوْنَ وَمَلَئِهِ إِنَّهُمْ كَانُوا قَوْمًا فَاسِقِينَ) (القصص -

(٣٢)

صدق الله العظيم

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

(مُسْتَقِيمًا فَاتَّبِعُوهُ وَلَا تَتَّبِعُوا السَّبِيلَ فَتَقَرَّقَ بِكُمْ عَنْ سَبِيلِهِ ذَلِكُمْ وَصَّاكُمْ بِهِ لَعَلَّكُمْ تَتَّقُونَ)

(الانعام - ١٥٣)

صدق الله العظيم

ثانياً: استخدام الإشارة في الأحاديث النبوية :

لقد تعددت الأحاديث والمواقف التي استخدم فيها الرسول (ﷺ) الإشارة ومن بين تلك الأحاديث والمواقف :

- ١- أشار الرسول (ﷺ) إلي قلبه وقال: التقوى ها هنا ، التقوى ها هنا، التقوى ها هنا
- ٢- قال الرسول (ﷺ) (أنا وكافل اليتيم كهاتين في الجنة وأشار بإصبعيه السبابة والوسطى).
- ٣- أشار الرسول (ﷺ) إلي أماكن دفن اليهود الموتى في غزو بدر وقال لأصحابه أنني أجد مصرعهم هذا .
- ٤- عن أنس رضي الله عنه أن رسول الله أخذ سيفاً يوم أحد فقال (ما يأخذ هذا مني) " فبسطو أيديهم كل إنسان منهم يقول " أنا.. أنا " فقال "فمن يأخذ بحق" فأحجم القوم فأشاد أبو رجائه رضي الله عنه إلي نفسه وقال: " أنا أخذه بحقه " فأخذه فعلق به هام المشركين .

علاقة المتحدث الرسمي بالعلوم الأخرى :

يوجد تكامل بين علم المتحدث الرسمي وغيره من العلوم الأخرى حيث أنه علم مستقل بذاته يوجد ترابط بينها والعلوم الأخرى ومنها.

- ١- علاقة بالاعلام العام.
- ٢- علاقة بالتربية والتعليم.
- ٣- علاقة بعلم النفس .
- ٤- علاقة بعلم الاجتماع.
- ٥- علاقة بالخدمة الاجتماعية.
- ٦- علاقة بالأديان السماوية.

أولاً: علاقة المتحدث الرسمي بالاعلام العام :

يعرف المتحدث الرسمي بأنه (النقل الحر والموضوعي للأخبار والمعلومات بإحدى وسائل الاعلام. أو أنه نقل الأخبار والوقائع بصورة صحيحة

وتعد المتحدث الرسمي بصفة عامة منهج وعملية تقوم على هدف التنوير والتثقيف والتعليم والإحاطة بالمعلومات الصادقة التي تخاطب عقول الأفراد لترفع من مستواهم وتدفعهم إلى العمل من أجل المصلحة العامة

ويرى إبراهيم إمام أن الإعلام هو نشر الأخبار والمعلومات والأداء على الجماهير فالاعلام العام يسهم في خدمة المتحدث الرسمي بما يقدمه من معلومات وأخبار عن الحقائق والوقائع وبذلك تساهم هذه المعلومات الصادقة في تثقيف وتنوير عقول الشباب.

كما استفاد المتحدث الرسمي من نظريات ومفاهيم وخصائص ونتائج وتوصيات بحوث الإعلام.

ثانياً: علاقة المتحدث الرسمي والتربية والتعليم :

تبرز أهمية المتحدث الرسمي في مجال تعليم الكبار من الحاجة المستمرة لتحديد المعارف المهنية لمواكبة التطورات العلمية التي تزداد كل يوم في كل التخصصات وحاجة الكبار لمتابعة هذه التطورات.

كما أن تعليم الكبار له دور هام في مساعدة الأطفال الذين تركوا الدراسة إذا رغبوا في العودة في مرحلة تالية.

ثالثاً : علاقة المتحدث الرسمي بعلم النفس :

هناك علاقة وثيقة بين كلاً من المتحدث الرسمي وعلم النفس حيث يسهم علم النفس وخاصة علم نفس النمو في معرفة مطالب النمو ومعايرة التي يرجع إليها في تقييم نمو المتلقي.

حيث يهتم علم النفس بالدافعية وموضوعات مثل الذكاء والقدرات وهذا يفيد كثيراً المتحدث الرسمي باعتباره يركز على الجوانب المرتبطة بالذكاء والقدرات لدى المتلقي.

فكلاً من المتحدث الرسمي وعلم النفس يهدف إلى هدف أساسي هو التعليم.

رابعاً : علاقة المتحدث الرسمي بعلم الاجتماع :

يعتبر علم الاجتماع أحد العلوم الأساسية فيما يتعلق بالقيم والتقاليد والمعايير الاجتماعية والتنشئة الاجتماعية فعلم الاجتماع يجتمع فروعه المختلفة في (ثقافي - ديني - جنائي....) ليتمكن أن تستفيد منها المتحدث الرسمي وذلك من خلال التعرف على السلوك الاجتماعي للمتلقين والتعرف على الجماعة وديناميتها وبنائها.

(٣) التعرف على العلاقات الاجتماعية بين أفرادها.

(٤) طبيعة التفاعل الاجتماعي ودمج الطلاب في خبرة الحياة الواقعية.

(٥) تنمية المهارات الفنية المختلفة لدى أعضاء الجماعة سواء كانت جماعة (إذاعة - صحافة - مكتبة).

خامساً : علاقة المتحدث الرسمي بالخدمة الاجتماعية :

يمكن أن تسهم الخدمة الاجتماعية في خدمة التليفزيون النوعي وذلك من خلال:

١- التعرف على مداخل التدخل المهني مع الأفراد أو الجماعات أو المجتمعات التي يتعاملون معها.

٢- إجراء البحوث التقييمية.

- ٣- تصميم برامج الدعاية الاجتماعية.
- ٤- دراسة المشكلات التي يعاني منها المجتمع.
- ٥- توفير الخدمات التي تساعد أفراد المجتمع ليصبحوا أكثر قدرة على التحكم في شئونهم الذاتية والاجتماعية فكل من العلمين يهدفان إلى خدمة الإنسان والسعي إلى مواجهة مشكلاته وذلك من تكامل المتحدث الرسمي مع الخدمة الاجتماعية في تقديم النماذج الملائمة للمستوى الاجتماعي والاقتصادي لأفراد المجتمع والتعرف على أسباب هذه المشكلات ووضع الخطط الملائمة التي تؤدي في النهاية إلى حل هذه المشكلات والمواجهة الفعالية لها فالمتحدث الرسمي بكل ما لديه من أدوات ووسائل سمعية - بصرية - السمعية البصرية يمكن أن يكون أداة فعالة لمواجهة المشكلات التي يعاني منها المجتمع.

رؤية مستقبلية لعمل المتحدث الرسمي

الفرصة متاحة أمام خريجي شعب الاعلام في العديد من المجالات نذكر منها التالي :

- ١- العمل متحدثا رسميا معد أو مخرج بالاذاعة النوعية بالبرامج بأجهزة الاعلام مثل البرامج الدينية و الصحية والرياضية والتعليمية وبرامج محو الأمية وبرامج الأطفال وبرامج التأهيل المهني والبرامج الثقافية وبرامج المراهقين والطلّان وبرامج المرأة وبرامج المُسنين وبرامج ذو الحاجات الخاصة كمُذيعين ومُعدّين .
- ٢- العمل مخرج أو معد أو مُذيع بالقنوات المتخصصة (التعليم العالي، البحث العلمي، الطفل، المرأة) العمل في الأبواب (التعليمية، الثقافية، الطفل، المرأة والمُسن). بالصحف العامة .
- ٣- العمل في إعداد الأفلام التعليمية والتثقيفية والتدريس المعروف في دور السينما ومن خلال الفيديو) وأجهزة العرض الأخرى .
- ٤- العمل في وكالات الأنباء العالمية والمحلية كمراسلين.

- ٥- إدارات العلاقات العامة بالمؤسسات المختلفة.
 - ٦- برامج التعليم المفتوح والانتساب الموجه بالجامعات المختلفة.
 - ٧- باحثين داخل كليات الإعلام النوعي.
 - ٨- مؤسسات التعليم عن بُعد والتعليم اللاجدراني وجامعة الهواء.
 - ٩- إعداد البرامج التعليمية والتثقيفية من خلال الأشرطة المضغوطة.
 - ١٠- مجال التسويق والدعاية .
 - ١١- مراكز المعلومات بالمؤسسات الحكومية والخاصة.
 - ١٢- دور النشر الحكومي والخاص.
 - ١٣- بالمكاتب الخيرية بالوزارات والمحافظات (وزارة الشباب والتعليم والتربية والتعليم) .
- رؤية مستقبلية لأهم الاتجاهات الحديثة التي يجب أن يتبناها المتحدث الرسمي في النقاط الآتية :
- ١- إعداد خطة قومية للمتحدث الرسمي وإيجاد منظومة متكاملة بين كافة الأجهزة والهيئات المعنية بالإعلام للتنسيق والتكامل بينهم.
 - ٢- ربط المتحدث الرسمي بالحياة المجتمعية من خلال برامج تحقق ذلك.
 - ٣- الاستثمار الأمثل للمحطات الإذاعية والتي تبث من خلال الأقمار الصناعية وخاصة في مجالات الثقافة والتربية والتعليم والتدريب وأيضا استثمار الربط الدولي بين شبكات المعلومات العالمية.
 - ٤- تدعيم التعاون العلمي في مجالات المتحدث الرسمي مع الدول والمنظمات والهيئات العالمية الرائدة في هذا المجال .
 - ٥- تعميم وسائل البث الاعلامي عبر الأقمار الصناعية وشبكات الإنترنت والمعلومات داخل المدارس والمعاهد والكليات ومراكز البحوث العلمية وكل المؤسسات التي تخدم المتحدث الرسمي بتكلفة منخفضة مع تمتع كل احتياجات المتحدث الرسمي من استوديوهات وأجهزة عرض واستقبال وطباعة بالإعفاء الضريبي .

الفصل الخامس

أخلاقيات المتحدث الرسمي

ويشمل :

- ١ - ميثاق الشرف للمتحدثين الرسميين.
- ٢ - قانون الإعلام ويشمل:
 - أ) التدرج التاريخي لقوانين الإعلام.
 - ب) قانون الإعلام.
 - ج) دستور الانتاج الإعلامي ودليل عمل البرامج والاعمال الدرامية.

ميثاق الشرف للمتحدثين الرسميين

تضمن ميثاق الشرف الذى أصدره إتحاد الإذاعة والتليفزيون فى مصر بابين، تناول أحدهما الواجبات الملقاة على عاتق الإذاعيين فى الإذاعة المسموعة والمرئية وتناول الآخر المحظورات التى لا يجوز للإذاعة الاقتراب منها فيما يكتب ويقدم من مواد إخبارية.

الباب الأول فى الواجبات

- ١- يجب أن تؤكد البرامج القيم الدينية والأخلاقية التى يقوم عليها المجتمع المصرى، كما تشجع التقاليد الصالحة التى ورثها الشعب على مدى تاريخها الطويل.
- ٢- يجب أن تحرص البرامج على إعتبار مكارم الأخلاق والعمل المخلص والالتزام بمبادئ الدستور الأخلاقية والاجتماعية، معياراً للتفاضل بين الناس.
- ٣- يجب أن تكون البرامج معبرة بأمانة عن مبادئ السياسة العامة للدولة وأهدافها فى كافة مجالاتها.
- ٤- يجب أن تبث البرامج الأمل والثقة فى المستقبل.
- ٥- يجب أن تحرص البرامج على تقديم الفن الرفيع والفكر الجاد، وعلى الترفيه البعيد عن الإسفاف والإبتذال والسوقية.
- ٦- يجب أن تؤكد البرامج قيمة الفرد وقيمة الشعب فى المجتمع باعتبارها الركيزة الأساسية لصنع الحضارة.
- ٧- يجب أن تؤكد البرامج حرية الفكر والكلمة والصورة والإبداع الفنى.
- ٨- يجب أن تبرز البرامج ما للمجتمع المصرى من دعائم العلم والإيمان والحرية.
- ٩- يجب أن تعتنى البرامج بالتراث القومى والعلمى والثقافى فى عصوره المختلفة وخاصة دور الحضارة الإسلامية فى إثراء الإنسانية وإبراز قدرتها على تجديد العطاء فى المستقبل.
- ١٠- يجب أن تعمل البرامج على توسيع قاعدة الثقافة العامة تقريباً للفوارق بين الجماهير، كما يجب أن يخصص جزء منها للثقافة الرفيعة استهدافاً للارتفاع

بالمستوى الثقافي العام.

- ١١- يجب أن تعمل البرامج على الارتفاع بالذوق الفنى، وتطوير التذوق الجمالى لدى الجماهير، وعلى تنمية الملكات والمواهب.
- ١٢- يجب أن تعنى برامج الأطفال بتأكيد إحترام الآباء والعرف والأخلاق والسلوك الجيد، مع عنايتها بتنمية متوازنة لشخصية الطفل علميا وثقافيا وتربويا وأخلاقياً.
- ١٣- يجب أن تعنى البرامج بتنمية الشخصية لدى الشباب وبث شعور المسؤولية فيهم وحل مشاكلهم وتأهيلهم لحمل الأمانة فى المستقبل.
- ١٤- يجب أن تؤكد البرامج حرية المواطنين وحرمتهم وحقهم فى الأمن على النفس والعرض والرزق والكرامة.

الباب الثانى : فى المحظورات

- ١- لا يجوز إذاعة ما يتضمن المساس بالأديان والعقائد.
- ٢- لا يجوز إذاعة ما يثير الجدل الدينى بين الطوائف.
- ٣- لا يجوز إذاعة ما يمس بالسياسة العليا للدولة أو بالأهداف التى تقوم عليها هذه السياسة.
- ٤- لا يجوز إذاعة هجوم على الأنظمة العامة للدولة.
- ٥- لا يجوز إذاعة ما يتضمن التحريض على انتهاك القوانين.
- ٦- لا يجوز إذاعة ما يمس صور البطولة القومية.
- ٧- لا يجوز إذاعة ما يمس القومية العربية أو قيمها الكفاحية أو تراثها القومى.
- ٨- لا يجوز إذاعة هجوم على القوميات الأخرى.
- ٩- لا يجوز إذاعة ما من شأنه المساس بهيئات القضاء والدفاع والأمن ورجال الدين.
- ١٠- لا يجوز إذاعة هجوم على رجال السلطة العامة سبب أدائهم لوظائفهم.
- ١١- لا يجوز إذاعة ما من شأنه تحقير أى مهنة مشروعة.
- ١٢- لا يجوز إذاعة ما من شأنه تهديد كيان الأسرة أو يقتل من قدسيته أو يهز القيم التى يقوم عليها بناؤها.
- ١٣- لا يجوز تحبيذ الطلاق كوسيلة لحل المشاكل الأسرية.

- ١٤- لا يجوز إذاعة ألفاظ أو تعبيرات أو صور سوقية أو مبتذلة.
- ١٥- لا يجوز إذاعة ما من شأنه أن يمس الآداب العامة أو الوقار أو يخدش الحياء سواء بالقول أو الأداء أو الصورة.
- ١٦- لا يجوز إذاعة ما يؤدي الى تحبيذ الإنحلال الخلقي سواء بالقول أو الأداء أو الصورة.
- ١٧- لا يجوز إذاعة ما من شأنه إشاعة اليأس وروح الهزيمة في الأفراد أو المجتمع.
- ١٨- لا يجوز المساس بالقيم النابعة من تقاليدنا الطيبة.
- ١٩- لا يجوز إذاعة ما من شأنه إشاعة البلبلة الاجتماعية أو المبادئ المناهضة لأسس المجتمع العربي وتقاليده.
- ٢٠- لا يجوز إذاعة ما من شأنه تحبيذ التفرقة بين الناس بسبب اللون أو الجنس أو العقيدة أو الطبقة.
- ٢١- لا يجوز إذاعة ما يؤدي الى تحبيذ الجريمة أو عرض وسائلها الشاذة بطريقة يمكن أن تؤدي الى التقاليد.
- ٢٢- لا يجوز إذاعة ما يجيز تعاطي المخدرات أو الاتجار فيها، أو المحرمات الأخرى كالخمر والميسر.
- ٢٣- لا يجوز إذاعة ما من شأنه تحبيذ الأخذ بالثأر.
- ٢٤- لا يجوز إبراز صور القسوة على الإنسان أو الحيوان.
- ٢٥- لا يجوز إذاعة صور الرعب المفزعة.
- ٢٦- لا يجوز فيما يذاع إيذاء شعور ذوى العاهات البدنية أو العقلية.
- ٢٧- لا يجوز إذاعة المعلومات الخاصة.
- ٢٨- لا يجوز إذاعة آراء أو تعليقات أو توجيهات ذات صبغة علمية أو فنية أو مهنية أو دينية ما لم تكن من مختص أو بعد مراجعته.
- ٢٩- لا يجوز إبراز ما يخالف الحقائق العلمية من خرافات.
- ٣٠- لا يجوز للعامل في الاتحاد أن يتخذ أجهزة أو يسمح بإتخاذ هذه الأجهزة وسيلة للدعاية للنفس كما لا يجوز له في غير الإعلانات أن يذاع أو يسمح بإذاعة ما يتضمن دعاية لأفراد الفنانين أو من الجمهور أو الشركات أو سلع

بعينها مما يدخل فى باب هذه الإعلانات.

٣١- لا يجوز للعامل فى الاتحاد أن يذيع أو يسمح بإذاعة ما من شأنه الإساءة الى برامج غيره.

٣٢- لا يجوز للعامل فى الاتحاد أن يذيع أو يسمح بإذاعة ما من شأنه إظهار رفع الكلفة بينه وبين المتحدثين أو الفنانين كما لا يجوز إضفاء ألقاب على المتحدثين أو الفنانين ليست لهم.

قوانين الإعلام والمتحدث الرسمي

لقد تعددت القوانين التى صدرت بشأن اتحاد الإذاعة والتليفزيون ومن الممكن إلقاء نظرة على بعض هذه القوانين كالتالى:

توالى إصدار القرارات والقوانين التى تسرى على الإعلام المصرى، بداية من قرار رئيس مجلس إدارة هيئة إذاعة الجمهورية العربية المتحدة، رقم (٢) لسنة ١٩٥٩، والصادر فى ٢٩ يونيو ١٩٥٩، بإنشاء إدارة عامة للإذاعة المرئية تختص بشئون هذه الإذاعة فى إقليمى الجمهورية (الإقليم الشمالى والإقليم الجنوبى أثناء الوحدة المصرية السورية).

ثم صدر القرار الجمهورى رقم (١٨١٤) لسنة ١٩٦١، وفى ٢٩ نوفمبر ١٩٦١ باعتبار التليفزيون - كأحد إدارات إذاعة الجمهورية العربية المتحدة، من المؤسسات العامة ذات الطابع الإقتصادى، وتلاه مجموعة أخرى من القرارات التى تجيز لمؤسسة الإعلام إنشاء صناعات الراديو والتليفزيون، وغيرها من الصناعات المماثلة، وذلك بنفسها أو بواسطة شركة تنشئها، أو تملكها، أو تساهم فيها، مع مباشرة التوزيع التجارى لهذه الصناعات المتقدمة، مع حقها فى إذاعة الإعلانات التجارية بالراديو والتليفزيون.

ثم صدر قرار جمهورى برقم (٢٩٥٨) لسنة ١٩٦٢، صدر فى ٤ أكتوبر ١٩٦٢، والذى بمقتضاه أصبح التليفزيون تابعاً لوزارة الثقافة والإرشاد القومى، وظل كذلك فى القرارات الجمهورية التالية لذلك التاريخ، حتى كان الكيان القانونى للتليفزيون بالقرار رقم (٧٩) لسنة ١٩٦٦، والذى نص على أن التليفزيون هيئة عامة، مركزها القاهرة، ويسمى تليفزيون الجمهورية العربية المتحدة، ولها الشخصية الاعتبارية، وتتبع وزير الإرشاد القومى.

- كذلك نص هذا القرار على أن إختصاصات هيئة التلفزيون هي:
- تنوير الرأي العام بالأنباء الداخلية والخارجية، وإيقافه على مختلف التيارات العالمية.
 - إطلاع المواطنين على الأنباء والأحداث والمشاهد المهمة، مما يجعلهم يعيشون فى واقع حياة المجتمع وأخبار العالم.
 - تطوير الفنون، لتوضيح الموضوعات التى تهم المواطنين، ومواءمة استطلاع رغبات المشاهدين، وتطلعات المجتمع لتطوير البرامج وتطويرها لخدمة الشعب.
 - تقديم برامج تناسب جميع المستويات من المواطنين، وتخدم مختلف الأغراض.
 - العناية ببرامج النشئ، ومعاونة الأجهزة المسؤولة عن خلق جيل ينشأ على حب الوطن، ويتسلح بالمعرفة، ويحتفل بالقيم.
 - السعى إلى تبادل المنح والبعثات والتلفزيون النوعيات والبرامج والأفلام التلفزيونية فى سائر البلاد.
 - تركيز الجهود لمواجهة مشكلة تزايد السكان، عن طريق التوعية والإرشاد بالتعاون مع باقى الجهات.
 - إصدار المجلات والنشرات والكتيبات بما يتفق وأهداف التلفزيون النوعي.
 - تشجيع الهوايات وتنمية المواهب، وتقديم جيل من الفنانين والفنيين المدربين على خدمات الإذاعة والتلفزيون النوعي المتطور.
- القرار الجمهورى رقم ٦٢ لسنة ١٩٧٠ بإنشاء اتحاد الإذاعة والتلفزيون الصادر فى ١٣ أغسطس سنة ١٩٧٠
- كان قطاع الإذاعة والتلفزيون مثلاً واضحاً للإضطراب فى تحديد بعض المفاهيم التى سادت بعد نشأة القطاع العام، فالإذاعة كانت أساساً نشاطاً حكومياً صرفاً، ثم اكتسب هذا النشاط نوعاً من الإستقلال الذاتى من الناحية الإدارية فى صورة هيئة عامة، ومثلها التلفزيون ، بينما أعتبرت الهندسة الإذاعية مؤسسة عامة.
- والذى يقدم صيغة مستحدثة لمؤسسات الدولة المستقلة، التى ليست مصلحة.

وتنص المادة الأولى من هذا القانون على أن لاتحاد الإذاعة والتليفزيون الشخصية الاعتبارية، ويكون مركزه مدينة القاهرة، ويؤول الى الإتحاد أموال وممتلكات وحقوق المؤسسات المصرية العامة للهندسة الإذاعية والشركات التابعة لها، وإذاعة الجمهورية العربية المتحدة، وتليفزيون الجمهورية العربية المتحدة، ويحل الاتحاد محل هذه الجهات، فيما عليها من التزامات، كما يكون للاتحاد مجلس للأمناء، ومجلس للمديرين، وعدد من القطاعات الرئيسية يقرره مجلس الأمناء، ومجلس للمديرين، ويتولى مجلس الأمناء الاختصاصات التي كانت مقررة للوزير فى الإشراف والرقابة، وفى وضع السياسة العامة.

ولم يتحقق الهدف من اعتبار الإذاعة والتليفزيون هيئة عامة تتمتع بنوع من الاستقلال الذاتى، فالهيئة تخضع خضوعاً مباشراً لوزير الإرشاد القومى، فهى مجرد جهاز منفذ للسياسة التى يقررها الوزير وباستثناء رئيس الهيئة الذى يعين بقرار جمهورى، فإن الوزير هو الذى يعين أعضاء مجلس الإدارة، وتخضع قرارات مجلس الإدارة لتصديقه.

مزايا هذا القانون:

ويحقق هذا القانون عدة مميزات للإذاعة والتليفزيون منها ما يلى :

١- يحقق القانون أكبر قدر من الإستقلال فى قيام الإتحاد بمسئوليته، فلقد كانت النظم السابقة للإذاعة والتليفزيون ، تعطى لوزير الإرشاد القومى سلطة وصاية كاملة على هذه الأجهزة فلا تنفذ قرارات مجلس الإدارة إلا بعد إعتمادها من الوزير، وإذا حضر.

٢- حقق هذا القانون مبدأ الإلتزام، حيث نص فى مادته الثامنة على ربط التزم مجلس الإدارة بالسياسة العامة للإعلام التى ترسمها القيادة السياسية العليا، والتى يوصلها إليه وزير الإرشاد القومى.

٣- أنه يعطى للإتحاد قدر وافر من المرونة، التى تتيح له تحقيق قدر وافر من أهدافه تحقيقاً للمصلحة القومية.

٤- ساعد ذلك القانون على تحقيق نظام اللامركزية فى التنفيذ مع التأكيد على أهمية مركزية التخطيط.

القرار الجمهورى رقم ١ لسنة ١٩٧١ ثم بشأن إنشاء إتحاد الأذاعة والتليفزيون الرئيس جمال عبد الناصر، القرار رقم (١٤٣٠) لسنة ١٩٧٠، كأول رئيس لمجلس أمناء إتحاد الإذاعة والتليفزيون.

وبسبب عدم عرض هذا القانون (٦٢ لسنة ١٩٧٠) على مجلس الأمة، خلال الخمسة عشر يوماً من تاريخ صدوره، مما أثار اعتراضاً دستورياً مهماً، أعدت وزارة الإعلام مشروع قانون جديد لعرضه على مجلس، ومن ثم صدر القرار الجمهورى رقم (١) لسنة ١٩٧١، فى الأول من مارس لسنة ١٩٧١، وينص على إنشاء هيئة تسمى " إتحاد الإذاعة والتليفزيون " تتولى شئون الإذاعة المسموعة والمرئية فى الجمهورية العربية المتحدة، ويكون لها الشخصية الاعتبارية، ويرأس وزير الإعلام المجلس الأعلى للإتحاد.

ويلاحظ أن هذه المادة لم تصف الإتحاد بأنه هيئة عامة، من نوع خاص. كما تنص المادة المذكورة على تبعية الإتحاد لوزير الإعلام ، بينما لم تنص أحكام القانون ٦٢ لسنة ١٩٧٠ على هذه التبعية صراحة.

ولأهمية دور الإذاعة كوسيلة من وسائل الإعلام ، تقوم بدور طليعى متميز فى عالم سريع التقدم فى الفن التليفزيونى والتكنولوجى، فلقد بين القانون الجديد (رقم ١ لسنة ١٩٧١) أغراض إتحاد الإذاعة والتليفزيون فيما يلى :

- الأداء الكفاء لخدمة الإذاعة المسموعة والمرئية، وضمان توجيهها لخدمة الشعب والمصلحة القومية، والتطور الاشتراكى.
- تطوير مفاهيم التليفزيون الإذاعى، وإرساء القواعد والقيم الخلقية والروحية، التى تحكم المواد الإذاعية.
- إيجاد المناخ الملائم لنمو الملكات الخلاقة، وإظهار المواهب الجديدة، وتشجيع التعبير الحر الأمين.
- الإسهام فى التعبير عن مطالب الجماهير ومشكلاتها اليومية.
- المحافظة على التراث القومى ونشره.
- رفع مستوى الخدمات الإذاعية الموجهة للخارج، وضمان تحقيقها للمصلحة العامة.
- النهوض بالمستوى الفنى والمهنى والثقافى، للقائمين بالخدمات الإذاعية.

- دعم أجهزة الإذاعة المسموعة والمرئية، وفقاً لأساليب التطبيق العلمى الحديث.

مزايا هذا القانون:

١- عمل هذا القانون على إيجاد نوع من الترابط والتكامل بين كل من (الإذاعة والتليفزيون) والمؤسسة المصرية العامة للهندسة الإذاعية. ثم جاءت مذكرة تفسيرية بشأن مشروع قانون إعادة تنظيم إتحاد الإذاعة والتليفزيون، والتي توضح أن التنظيم الجديد يحقق للإتحاد كل عناصر ومقومات الإستقلال الفكرى والمالى والإدارى، ويضع كافة السلطات والمسئوليات فى مجلس للأمناء يتكون من المفكرين والأدباء والفنانين ورجال الاقتصاد والمال والإدارة والقانون والصحافة. ويقوم هذا المجلس بأمور التخطيط ورسم السياسات بينما يتولى إدارة قطاعات الإتحاد، أعضاء منتدبون من مجلس الأمناء، لهم كل الصلاحيات فى إطار ما يقرره المجلس، كما تقوم الجمعية العمومية بالعمل على ضمان قيام الإتحاد بتنفيذ أغراضه، والإشراف على حسن توجيه المال العام، لخدمة الشعب، دون سيطرة الحكومة عليه.

ومن هنا كان إلغاء القانون رقم (١) لسنة ١٩٧١، الخاص بإنشاء إتحاد الإذاعة والتليفزيون.

قانون رقم ١٣ لسنة ١٩٧٩

ثم إصدار الرئيس أنور السادات للقرار الجمهورى الجديد بقانون رقم (١٣) لسنة ١٩٧٩ فى ٢٩ مارس ١٩٧٩، ليمنح الإتحاد مزيداً من الإستقلال، الذى نص فى مادته الأولى، على إنشاء هيئة عامة باسم اتحاد الإذاعة والتليفزيون، تتولى شئون الإذاعة المسموعة والمرئية فى جمهورية مصر العربية، وتكون لها الشخصية الاعتبارية، ومركزها مدينة القاهرة، ويهدف الإتحاد كما تنص بذلك المادة الثانية - الى تحقيق رسالة الإعلام الإذاعى المسموع والمرئى، سياسة وتخطيطاً وتنفيذاً، فى إطار السياسة العامة للمجتمع، ومتطلباته التليفزيونية، أخذاً بأحدث ما تصل اليه تطبيقات العلم الحديث وتطورات، فى مجالات توظيف الإعلام المرئى والمسموع لخدمة المجتمع، وبلوغه أهدافه.

وفى سبيل ذلك يعمل الاتحاد على تحقيق الأغراض الآتية:

- ١- أداء الخدمة الإذاعية المسموعة والمرئية، بالكفاءة المطلوبة، وضمان توجيهها لخدمة الشعب والمصلحة القومية، فى إطار القيم والتقاليد الأصيلة للشعب المصرى، وفقاً للمقائد العامة التى نص عليها الدستور.
- ٢- العمل على دعم النظام الاشتراكى الديمقراطى، والوحدة الوطنية، والسلام الاجتماعى وصيانة كرامة الفرد وحرية، وتأكيد سيادة القانون من خلال جميع الأعمال الإذاعية من مسموعة ومرئية.
- ٣- العمل على نشر الثقافة وتضمين البرامج الجوانب التعليمية والحضارية والإنسانية، وفقاً للرؤية المصرية والعربية والعالمية الرفيعة لخدمة كافة فئات الشعب، وتكريس برامج خاصة للطفولة والشباب والمرأة والعمال والفلاحين أسهاماً فى بناء الإنسان حضارياً وعملاً على تماسك الأسرة.
- ٤- تطوير الإعلام الإذاعي والتلفزيون، والإلتزام بالقيم الدينية والأخلاقية فى المواد الإذاعية.
- ٥- الإسهام فى التعبير عن مطالب جماهير الشعب ومشكلاته اليومية، وطرح القضايا العامة مع إتاحة الفرصة لبيان مختلف الآراء فى شأنها بما فيها الاتجاهات الحزبية وعرض الجهود المبذولة لعلاجها عرضاً موضوعياً.
- ٦- التلفزيون عن مناقشات مجلس الشعب والمجالس المحلية، والإلتزام بإذاعة ما تطلب الحكومة إذاعته رسمياً، وكل ما يتصل بالسياسات العامة للدولة، والمبادئ والمصالح القومية العليا.
- ٧- الإلتزام بتخصيص جانب من وقت الإرسال الإذاعي والتلفزيوني للأحزاب السياسية أبان الانتخابات لشرح برامجها للشعب، وكذلك تخصيص جانب من وقت الإرسال بصفة منتظمة لعرض الاتجاهات الفكرية الرئيسية للرأى العام.
- ٨- نشر الإرسال الإعلامى المسموع والمرئى بالكفاءة المطلوبة، لتغطية جميع أنحاء الجمهورية ودعم وتطوير أجهزته وفقاً للأساليب العلمية الحديثة، مع الإلتزام بالإدارة العلمية والاقتصادية لمختلف أجهزته ومراقبته.
- ٩- تنمية المناخ الملائم لتشجيع الملكات الخلاقة والطاقات المبدعة لأفراد الشعب وإظهار وتشجيع المواهب الجديدة.

- ١٠-توثيق الروابط الإذاعية مع مثيلاتها فى البلاد العربية والإسلامية الأجنبية.
- ١١-تطوير الخدمات الإعلامية الموجهة للخارج وضمان تحقيقها للمصلحة العليا للدولة.
- ١٢-النهوض بالمستوى الفنى والمهنى، للقائمين بالخدمات الإعلامية المسموعة والمرئية.

الوزير المختص بشئون الإذاعة والتلفزيون:

وتنص المادة الرابعة على أن يحدد بقرار من رئيس الجمهورية الوزير المختص بشئون الإذاعة والتلفزيون.

تكوين اتحاد الإذاعة والتلفزيون:

كما تنص المادة الرابعة على أن يكون للإتحاد مجلس للأمناء ومجلس للأعضاء المنتدبين وجمعية عمومية على النحو التالى:

١-مجلس الأمناء : تشكيله وإختصاصاته:

تشكيل مجلس الأمناء :

تنص المادة الخامسة على أن يشكل مجلس الأمناء على النحو التالى:

١-رئيس يصدر بتعيينه وتحديد مرتبة ومخصصاته مدة رئاسته قرار من رئيس الجمهورية بناء على اقتراح رئيس مجلس الوزراء.

٢-عدد من الأعضاء من بين الشخصيات العامة ذات المشاركة الفعالة فى النشاط الفكرى والدينى والفنى والعلمى والثقافى والصحفى والاقتصادى والهندسى والمالى والقانونى والمهتمين بنشاطات الشباب والمرأة والطفولة وغيرها من النشاطات على أن تكون لهم الأغلبية العددية فى عضوية المجلس، ويصدر بتعيينهم وتحديد مكافآتهم ومدة عضويتهم قرار من رئيس مجلس الوزراء.

٣-الأعضاء المنتدبين لإدارة القطاعات الرئيسية للاتحاد.

٤-رئيس الهيئة العامة للاستعلامات.

إختصاصات مجلس الأمناء:

وتنص المادة السادسة على أن يختص مجلس الأمناء بوضع السياسات العامة لعمل الاتحاد واعتماد الخطط الرئيسية المتعلقة بتنفيذها ومتابعة وتقييم أجهزة الاتحاد لمهامها والمجلس أن يتخذ ما يلزم من القرارات لتحقيق أغراضه

- وفقاً لأحكام هذا القانون وله على وجه الخصوص ما يلي:
- ١- وضع ميثاق شرف للعمل الإعلامي المسموع والمرئي، وأخلاقيات الرسالة الإعلامية وتحديد أسلوب الالتزام بهذا الميثاق.
 - ٢- اعتماد القواعد واللوائح والنظم المتعلقة بسير العمل في قطاعات الاتحاد وشركاته المملوكة له بالكامل بما يكفل تقديم الخدمات الإعلامية المسموعة والمرئية بأعلى قدر من الكفاية على أساس من الإدارة الاقتصادية السليمة.
 - ٣- اعتماد اللوائح المتعلقة بالشئون الإدارية والمالية بما يتفق ومتطلبات العمل في مختلف ابعاده بما يكفل له المرونة واللامركزية.
 - ٤- إصدار لائحة لشئون العاملين ومعاملتهم المالية بما يتفق وطبيعة العمل الإعلامي وما يحقق لهم الرعاية، ويكفل الارتفاع بمستوى الأداء، وذلك دون التقيد بالنظم الخاصة بالعاملين المدنيين بالدولة.
 - ٥- الموافقة على البرامج السنوية لاستثمارات الخطه والساسية العامة لإنتاج المواد المذاعة، وأسس الاستعانة بالبرامج والمواد الأجنبية.
 - ٦- اعتماد القواعد التي تتبع لإعداد الموازنة التخطيطية والموازنة السنوية للإتحاد على نسق موازنات المشروعات الاقتصادية.
 - ٧- اعتماد قواعد الاستعانة بالتلفزيونات الأجنبية في مجال الاذاعة المسموعة والمرئية.
 - ٨- إقرار المعايير العامة لاختيار المواد والبرامج التي يحصل عليها من
 - ٩- اعتماد اسس تقييم الأداء والحكم على كفاية النشاط.
 - ١٠- اعتماد القواعد التي تحكم أنشطة الاتحاد ذات الصبغة التجارية.
 - ١١- إبداء الرأي في التشريعات المتعلقة بالإذاعة المسموعة والمرئية.
 - ١٢- الموافقة على إنشاء الفرق الموسيقية والمسرحية بما يتفق وأنشطة الاتحاد وخدمة اغراضه.
 - ١٣- اعتماد خطط القوى العاملة ومعايير ترتيب وتوصيف الوظائف.
 - ١٤- وتعطى المادة السابعة لمجلس الأمناء أن يشكل لجاناً دائمة أو مؤقتة من بين أعضائه، لمعاونته في دراسة ما يقدم له من موضوعات، وله أن يضم الى

تلك اللجان أعضاء من داخل الإتحاد أو من خارجه.
وتنص المادة الثامنة على أن يعقد مجلس الأمناء دوره عمل كل شهر على الأقل،
كما تجوز دعوته للانعقاد في غير موعد الدورة العادية وذلك بناء على طلب رئيس
مجلس الأمناء أو إذا طلب ذلك نصف أعضاء المجلس أو الأعضاء المنتدبين ولا
يكون الاجتماع صحيحاً إلا إذا حضره نصف عدد أعضائه على الأقل.
ويتولى رئيس المجلس توجيه الدعوة الى اجتماعاته وإعداد جدول أعماله، وتصدر
قرارات المجلس بأغلبية الحاضرين عند التساوى يرجع الجانب الذي فيه الرئيس،
ويضع المجلس لائحة خاصة بتنظيم أعماله واجتماعاته وتوزيع الاختصاصات
والمسئوليات بين أعضائه.

إختصاصات رئيس مجلس الأمناء:

وتنص المادة التاسعة على أن يتولى رئيس مجلس الأمناء الإشراف على
شئون الإتحاد وقطاعاته المختلفة، والتنسيق بينها، والتحقق من حسن سير العمل
وتنفيذ قرارات مجلس الأمناء، وتنص المادة العاشرة على أن يختار مجلس الأمناء
من بين أعضائه نائباً للرئيس يقوم مقامه عند غيابه.

وأهم اختصاصات رئيس مجلس الأمناء كما تحددها المادة التاسعة هي:

- ١- تمثيل الإتحاد في علاقته بالغير وأمام القضاء، وفي المؤتمرات
والاتحادات العربية والدولية، وإبرام الاتفاقيات مع هيئة الاذاعة
المسموعة والمرئية في الدول الأخرى.
- ٢- عرض تقارير الأعضاء المنتدبين عن سير العمل في قطاعاتهم على
مجلس الأمناء.
- ٣- تحديد من له حق التوقيع عن الإتحاد في مختلف التصرفات.
- ٤- تحديد اختصاصات الأمين العام والأعضاء المنتدبين فيما يختص بتنفيذ
قرارات مجلس الأمناء كل في قطاعه.
- ولرئيس مجلس الأمناء أن يفوض الأعضاء المنتدبين في بعض اختصاصاته.
- ٢- مجلس الأعضاء المنتدبين : تشكيله واختصاصاته:

١/٢ تشكيل مجلس الأعضاء المنتدبين:

تنص المادة الحادية عشرة على أن يشكل مجلس للأعضاء المنتدبين برئاسة رئيس مجلس الأمناء وعضوية الأعضاء المنتدبين لإدارة القطاعات الرئيسية للاتحاد.

- ويضم الى المجلس عدد من مديري إدارات القطاع بحكم وظائفهم، وعدد آخر من العاملين في الاتحاد يصدر باختيارهم قرار من مجلس الأمناء.

- وتنص المادة الثانية عشرة على أن يتولى عضو مجلس الأمناء المنتدب، إدارة أحد القطاعات في إطار السياسات والنظم والقرارات التي يضعها المجلس، وتكون له كل الاختصاصات المالية والادارية اللازمة لأداء مسؤولياته، وعليه أن يقدم تقريراً شهرياً عن نشاط قطاعه، لمجلس الأمناء، وله أن يفوض مسئولاً أو أكثر في بعض اختصاصاته.

٢/٢ اختصاصات مجلس الأعضاء المنتدبين:

يختص مجلس الأعضاء المنتدبين وفقاً للمادة الثالثة عشرة بما يلي:

- ١- تنفيذ قرارات وسياسات مجلس الأمناء.
- ٢- التنسيق بين خطط وبرامج وأنشطة قطاعات الاتحاد، وضمان عمله كفريق متكامل لتحقيق أهداف الاتحاد، وتقصى الرأى العام بالنسبة للبرامج الإعلامية المسموعة والمرئية.
- ٣- اعداد مشروع الخطة السنوية للبرامج وإقتراح السياسة العامة لإنتاج المواد المذاعة وأسس الاستعانة بالبرامج والمواد الأجنبية للعرض على مجلس الأمناء.
- ٤- دراسة التقرير السنوى عن الموقف المالى للإتحاد، ورفع الملاحظات فى شأنه إلى مجلس الامناء، ووضع القواعد التى تتبع لإعداد الموازنة التخطيطية والموازنة السنوية للإتحاد، وإستثمارات الخطة على نسق موازنات المشروعات الاقتصادية.
- ٥- دراسة المشروعات الاستثمارية الجديدة وتقديمها لمجلس الأمناء، وفتح الحسابات المصرفية فى البنوك التجارية المصرية والأجنبية.
- ٦- تنسيق مشروعات الموازنات الداخلية للقطاعات.

- ٧- إعداد القرارات الخاصة بتنظيم القسيمات التنظيمية فى القطاعات، وتحديد اختصاصاتها، ووضع خطط القوى العاملة، ومعايير ترتيب وتوصيف الوظائف ووضع خطط التدريب والبعثات للعاملين بالاتحاد ورسم سياسة البحوث العلمية.
- ٨- المتابعة الدورية للأداء فى مختلف القطاعات وبالأخص تكاليف التشغيل وحجم الإيرادات.
- ٩- عقد القروض وقبول الهبات والمنح والاعانات لصالح الاتحاد وفقاً للقواعد العامة المقررة فى هذا الشأن بعد اعتماد مجلس الأمناء.
- ١٠- وضع القواعد المنظمة للعلاقة بين الاتحاد وشركاته المملوكة له بالكامل.
- ١١- وضع اللوائح والنظم والقواعد المتعلقة بسير العمل فى قطاعات الاتحاد وشركاته المملوكة له.
- ١٢- حفظ المواد الإذاعية وفقاً للنظم والقواعد التى يقرها مجلس الأمناء.
- ١٣- إتخاذ جميع الإجراءات والتصرفات من أجل تجديد وتطوير المحطات والمعدات لدعم ارسال واستقبال الإذاعات المسموعة والمرئية.
- ١٤- وتنص المادة الرابعة عشرة على أن يجتمع مجلس الأعضاء المنتدبين مرة على الأقل كل اسبوعين بدعوة من رئيسه، ويدعى أيضاً للانعقاد إذا طلب ذلك نصف عدد أعضائه على الأقل ويضع المجلس لائحة بتنظيم العمل فيه.
- ١٥- وتنص المادة الخامسة عشرة على ان يشكل العنصر المنتدب لجنة من مديرى الإدارات فى القطاع تعاونه فى إدارة وتسيير العمل اليومي، وإقتراح السياسة التى يسير عليها العمل فى ضوء قرارات مجلس الأمناء، ومجلس الأعضاء المنتدبين وتوجيهاتها وتتولى على الأخص:
 - اتخاذ القرارات المتعلقة بالشئون التخصصية لأعمال القطاع.
 - الموافقة على مشروع الموازنة السنوية للقطاع.
 - اقتراح فرض الرسوم وتحديد الأجور لأنواع الخدمات التى يؤديها القطاع.
 - البت فى شئون العاملين بالقطاع.
 - تعتمد أعمال هذه اللجنة من العضو المنتدب.

تشكيل الجمعية العمومية :

تنص المادة الثامنة والعشرون على أن تشكل للاتحاد جمعية عمومية برئاسة رئيس مجلس الأمناء وعضوية كل من :

- ١- أعضاء مجلس الأمناء.
- ٢- الوزير المختص بشئون إتحاد الإذاعة والتلفزيون النوعي.
- ٣- وزراء الاقتصاد والتجارة الخارجية والتخطيط والشئون الاجتماعية، الشئون الخارجية، التعليم، شئون مجلس الشعب، المواصلات، الصحة، المالية، والشباب.
- ٤- وكيل الأزهر.
- ٥- عدد من ذوى التلفزيون النوعية فى مجالات التلفزيون النوعي والأنشطة المرتبطة به، يصدر بتعيينهم قرار من رئيس مجلس الوزراء.

اختصاصات الجمعية العمومية:

وتختص الجمعية العمومية للإتحاد وفقاً للمادة التاسعة والعشرين بما يلى:

- ١٦- اعتماد التقرير السنوى عن نشاط الإتحاد والشركات التابعة له، والذى بعده مجلس الأمناء فى إطار ما تحدده المادتان ٣، ٢ من القانون رقم ١٣ لسنة ١٩٧٩.
- ١٧- اعتماد تقرير مراقب الحسابات.
- ١٨- إقرار الموازنة التخطيطية للإتحاد، وفى حالة ما إذا ترتب على الموازنة التخطيطية أعباء مالية على الموازنة العامة للدولة لا تسرى إلا بموافقة الحكومة.
- ١٩- إقرار الموازنة السنوية والحسابات الختامية حساب الأرباح والخسائر للإتحاد وتحديد الاحتياطات والمخصصات وتوزيع الأرباح.
- ٢٠- إقرار زيادة رأس مال الإتحاد وتحديد مصادر التمويل.
- ٢١- الترخيص باستخدام المخصصات فى غير الأغراض المخصصة لها فى موازنة الإتحاد.
- ٢٢- إقرار مشروعات انشاء الشركات أو المشاركة فيها أو مشروعات الإدماج أو التصفية للشركات المملوكة للإتحاد.

٢٣- تعيين مراقب الحسابات وتحديد مكافآته.

وتحدد المادة الثلاثون أن تنعقد الجمعية العمومية العادية للاتحاد مرتين على الأقل سنوياً، وذلك بدعوة من رئيسها، كما يجوز دعوة الجمعية العمومية للانعقاد فى دورة غير عادية، وذلك بناء على طلب رئيسها أو نصف عدد أعضائها، أو بناء على طلب الوزير المختص.

ولا يكون الاجتماع صحيحاً إلا بحضور ثلثى الأعضاء.. وفى حالة عدم اكتمال النصاب القانونى لصحة الانعقاد يؤجل الاجتماع لجلسة تالية، ويكون الانعقاد صحيحاً بحضور أى عدد من الأعضاء.

٢٤- وتنص المادة الحادية والثلاثون على أن تصدر قرارات الجمعية العمومية بأغلبية أصوات الأعضاء الحاضرين، وفى حالة تساوى الأصوات يرجع الجانب الذى فيه الرئيس.

٢٥- كما تنص المادة الثانية والثلاثون على أن يحضر مندوب الجهاز المركزى للمحاسبات ومراقبوا الحسابات اجتماعات الجمعية العمومية دون أن يكون لهم حق التصويت.

عدم تقييد الاتحاد باللوائح

تنص المادة السادسة عشرة على أن يخضع الاتحاد فى أنظمتة وشئون العاملين فيه وإدارة أمواله وحساباته وسائر شئونه للأحكام المنصوص عليها فى هذا القانون واللوائح والقرارات التى يصدرها مجلس الأمناء دون التقييد بالقوانين واللوائح والتعليمات التى تجرى عليها الحكومة.

رأس مال الإتحاد:

تنص المادة السابعة عشرة على أن يحدد رأس مال الإتحاد بقرار من رئيس الجمهورية، ويصدر وزير المالية قرار بتشكيل لجنة تتولى :

٢٦- تقييم أصول وخصوم رأس مال الإتحاد.

٢٧- تحديد مديونيات الإتحاد قبل وزارة المالية.

٢٨- إقتراح اعتبار كل أو بعض المديونيات إسهاماً من الحكومة فى رأس

مال الإتحاد.

وتعتمد توصيات هذه اللجنة بقرار من وزير المالية.

استقلال موازنة الاتحاد

وتنص المادة الثامنة عشرة على أن يكون للاتحاد موازنة مستقلة تصدر بقرار من رئيس الجمهورية يراعى فى وضعها القواعد المتبعة فى إعداد موازنات المشروعات الاقتصادية ويجوز أن توضع للاتحاد موازنة استثمارية لمدة أكثر من سنة بقرار من رئيس الجمهورية، وتحدد المادة التاسعة عشرة أن السنة المالية للاتحاد تبدأ من أول يناير وتنتهى فى آخر ديسمبر من كل عام، وتنص المادة الحادية والعشرون على أن يكون لكل قطاع موازنة داخلية تبين موارده ومصروفاته والفائض أو العجز فى الإيرادات، كما تحدد المادة الثانية والعشرون أنه مع عدم الإخلال برقابة الجهاز المركزى للمحاسبات والجمعية العمومية للاتحاد أن يعين مراقباً أو أكثر للحسابات من الأشخاص الطبيعيين المتمتعين بجنسية جمهورية مصر العربية وتحدد الجمعية العمومية مكافأة المراقب وتكون له حقوق مراقب الحسابات فى الشركات المساهمة وعليه واجباته.

وتعطى المادة الثالثة والعشرون لمجلس الأمناء أن يقرر أجراً بالفئات التى يحددها للبرامج والخدمات التى تقدم لأجهزة الدولة والهيئات العامة وما يتبعها من وحدات اقتصادية وتدرج قيمة تلك الخدمات سنوياً فى ميزانية هذه الجهات فى أول كل عام، كما تنص المادة الرابعة والعشرون على أن تودع الحكومة لحساب الاتحاد فى البنك المركزى المصرى الإعانة السنوية التى تقررها.

وتعفى الأجهزة والمعدات الهندسية وأشرطة التسجيل والاسطوانات والأفلام الخام والمسجل عليها التى ترد للاتحاد من الرسوم الجمركية بناء على المادة السابعة والعشرين من القانون رقم (١٣) لسنة ١٩٧٩.

إلغاء القوانين السابقة:

وتنص المادة الثالثة والثلاثون على إلغاء القانون رقم ١ لسنة ١٩٧١ بإنشاء اتحاد الإذاعة والتليفزيون النوعي، وبإلغاء القرارات الجمهورية رقم ٧٧ لسنة ١٩٦٦ بتنظيم المؤسسة المصرية العامة للهندسة الإذاعية، ورقم ٧٨ لسنة ١٩٦٦ بتنظيم إذاعة الجمهورية العربية المتحدة، ورقم ٧٩ لسنة ١٩٦٦ بتنظيم تليفزيون الجمهورية العربية المتحدة، كما يلغى كل حكم يخالف أحكام هذا القانون وتظل القواعد واللوائح المعمول بها حالياً سارية لحين صدور اللوائح الجديدة.

و تنص المادة الرابعة والثلاثون والأخيرة على أن يعمل بهذا القانون من تاريخ نشره ويصم بخاتم الدولة وينفذ كقانون من قوانينها.

التعديلات القانونية التي أجريت على القانون رقم (٢٢٣) سنة ١٩٧٩

بعد مرور حوالى العشر سنوات على صدور القانون رقم (١٣) لسنة ١٩٧٩ والخاص باتحاد الإذاعة والتلفزيون قدم الدكتور " عاطف صدقى" رئيس مجلس الوزراء مذكرة ايضاحية الى مجلس الشعب، فى العام ١٩٨٩، لمشروع قانون بتعديل أحكام ذلك القانون، ذكر فيها ما يلى : (صدر القانون رقم (١٣) لسنة ١٩٧٩، فى شأن اتحاد الإذاعة والتلفزيون ليحل محل القانون السابق عليه رقم (١) لسنة ١٩٧١، بإنشاء اتحاد الإذاعة والتلفزيون.

وإذا انقضى على صدور القانون الحالى مدة زمنية تقارب العشر سنوات طرأ خلالها متغيرات على كثير من الأوضاع أهمها : إعادة إنشاء وزارة التلفزيون ، وتعيين وزير التلفزيون وزيراً متخصصاً لشئون الإذاعة والتلفزيون ، ومنحه اختصاصات تقابل مسؤولياته السياسية والبرلمانية فى هذا الشأن وصدور قرار رئيس الجمهورية بتحديد اختصاصات وزارة الإعلام ، متضمنا العلاقة بينها وبين اتحاد الإذاعة والتلفزيون ، واستدعى ذلك جمعية تعديل بعض نصوص القانون، بما يحقق التوازن المطلوب بين هدف المشروع من إعطاء الاتحاد استقلالية، لتحقيق رسالة الإعلام، وبين مسؤولية وزير الإعلام السياسية والدستورية عن كل ما يتعلق بتحقيق هذه الرسالة.

وتحقيقاً لما تقدم، أعد مشروع القانون المرفق، بتعديل المادة الأولى، من القانون رقم (١٣) لسنة ١٩٧٩، المشار اليه، وذلك باضافة صفة القومية الى الاتحاد وأناطت به دون غيره، إنشاء وتملك محطات البث الإذاعى المسموع والمرئى بالجمهورية، وكذلك الاشراف والرقابة على المواد المسموعة والمرئية التى تبثها أجهزته وتخضع لرقابته كل ما تنتجه الشركات المملوكة له.

كما تضمن المشروع تعديل المادة الرابعة، بأن يكون وزير الإعلام هو المختص بشئون اتحاد الإذاعة والتلفزيون ، مع تحديد اختصاصاته فى هذا الشأن وبأن يكون للاتحاد مجلس للأمناء، ومجلس للاعضاء المنتدبين، وجمعية عمومية، وأن يتكون الاتحاد من قطاعات هى : رئاسة الاتحاد، الإذاعة، التلفزيون النوعي،

والهندسة الإذاعية، والانتاج، والشئون المالية والاقتصادية، والأمانة العامة. هذا بالإضافة الى تعدي المادة الثامنة، بما يعطى وزير الإعلام الحق فى دعوة مجلس الأمناء لدوره غير عادية، وتعديل المادة العاشرة بما يعطيه أيضاً من "اختيار نائباً لرئيس مجلس الأمناء، ومن بين أعضاء مجلس الأمناء، يتولى اختصاصات الرئيس عند غيابه " وتعديل المادة الثانية عشر " بحيث يعين عضو مجلس الأمناء المنتدب بقرار من رئيس الجمهورية، لمدة ثلاث سنوات، قابلة للتجديد، ويكون التعيين فى الوظائف الرئيسية بالاتحاد بقرار من وزير التلفزيون النوعي، وتعديل المادة الثامنة والعشرين ليكون تشكيل الجمعية العمومية للاتحاد، برئاسة وزير التلفزيون النوعي، وأن يختص بتعيين عدد من ذوى التخصصات فى مجالات التلفزيون ، والأنشطة المرتبطة به، كأعضاء فى الجمعية. وقد وافق مجلس الشعب بالفعل على هذه التعديلات، وكان أن صدر بها القانون رقم (٢٢٣) لسنة ١٩٨٩.

وبعد العرض السابق للتدرج التاريخي للقوانين الخاصة بالتلفزيون يمكن عرض نص قانون ١٣ لسنة ١٩٧٩ فى شأن اتحاد الإذاعة والتلفزيون وتعديلاته بالقانون ٢٢٣ لسنة ١٩٨٩

قرر مجلس الشعب القانون الاتي نصه ، وقد اصدرناه :

(المادة الاولى)

تنشأ هيئة قومية تسمى اتحاد الإذاعة والتلفزيون ، تكون لها الشخصية الاعتبارية ، مركزها مدينة القاهرة ، وتختص دون غيرها بشئون الإذاعة المسموعة والمرئية ، ولها وحدها إنشاء وتمتلك محطات البث الإذاعي المسموع والمرئى جمهورية مصر العربية.

وتتولى الهيئة دون غيرها الإشراف والرقابة على المواد المسموعة والمرئية التي تبثها أجهزتها ، وتخضع لرقابتها كل ما تنتج الشركات المملوكة لها، وتضع الهيئة القواعد المنظمة لهذه الرقابة.

(المادة الثانية)

يهدف الاتحاد إلى تحقيق رسالة الإعلام الإذاعي ، المسموع والمرئى، سياسة وتخطيطاً وتنفيذاً ، فى اطار سياسته العامة للمجتمع ومتطلباته،

الإعلامية، أخذاً باحدث ما تصل اليه تطبيقات العلم الحديث وتطوراتها في مجالات توظيف الإعلام المرئى والمسموع، لخدمة المجتمع وبلوغ أهدافه.

وفى سبيل ذلك يعمل الاتحاد على تحقيق الأغراض الآتية :

أداء الخدمة الإذاعية المسموعة والمرئية بالكفاءة المطلوبة، وضمان توجيهها لخدمة الشعب والمصلحة القومية، فى إطار القيم والتقاليد الأصيلة للشعب المصري، وفقاً للمبادئ العامة التى نص عليها الدستور.

- العمل على دعم النظام الاشتراكى الديمقراطى والوحدة الوطنية والسلام الاجتماعى وصيانة كرامة الفرد وحريته ، وتأكيد سيادة القانون من خلال جميع الاعمال الاذاعية من مسموعة ومرئية.

العمل على نشر الثقافة، وتضمين البرامج الجوانب التعليمية والحضارية والانسانية، وفقاً للرؤية المصرية والعربية والعالمية الرفيعة لخدمة كافة فئات الشعب، وتكريس برامج خاصة للطفولة والشباب والمرأة والعمال والفلاحين ، إسهاماً فى بناء الإنسان حضارياً ، وعملاً على تماسك الأسرة.

تطوير الإعلام والتلفزيون، والالتزام بالقيم الدينية والأخلاقية فى المواد الإذاعية.

الإسهام فى التعبير عن مطالب جماهير الشعب ومشكلاته اليومية، وطرح القضايا العامة مع إتاحة الفرصة لبيان مختلف الآراء فى شأنها بما فيها الاتجاهات الحزبية وعرض الجهود المبذولة لعلاجها عرضاً موضوعياً.

التلفزيون النوعي عن مناقشات مجلس الشعب والمجالس المحلية والالتزام بإذاعة ما تطلب الحكومة إذاعته رسمياً وكل ما يتصل بالسياسات العامة للدولة والمبادئ والمصالح القومية العليا.

الالتزام بتخصيص جانب من وقت الإرسال الإذاعى والتلفزيونى النوعى للأحزاب السياسية إبان الانتخابات لشرح برامجها للشعب وكذلك تخصيص جانب من وقت الإرسال بصفه منتظمة لعرض الاتجاهات الفكرية الرئيسية للرأى العام.

نشر الإرسال الإعلامى المسموع والمرئى بالكفاءة المطلوبة لتغطيه جميع أنحاء الجمهورية ودعم وتطوير أجهزته وفقاً للأساليب العلمية الحديثة مع

الالتزام بالا دارة العلمية والاقتصادية لمختلف أجهزته ومرافقه.
تنمية المناخ الملائم لتشجيع الملكات الخلاقة والطاقات المبدعة لأفراد الشعب وإظهار وتشجيع المواهب الجديدة.

توثيق الروابط الإذاعية مع مثيلاتها فى البلاد العربية والاسلامية والاجنبية
تطوير الخدمات الإذاعية الموجهة للخارج وضمان تحقيقها للمصلحة العليا للدولة

العمل على دعم نشرات الأنباء والتغطية النشطة للأحداث المحلية والعالمية والتعليق الموضوعى عليها والاهتمام بدعم إمكانات المندوبين والمراسلين و الإذاعين فى الداخل والخارج.

النهوض بالمستوى الفنى والمهنى للقائمين بالخدمات الإذاعية المسموعة والمرئية

(المادة الثالثة)

للاتحاد ان يتعاقد وان يجرى جميع التصرفات

١٠٠- الفن الإذاعى والأعمال المحققة لأغراضه دون التقييد بالنظم والأوضاع الحكومية وله على وجه الخصوص ما يأتى :-

١- تأسيس شركات مساهمة بمفرده أو مع شركاء آخرين فى المجالات المتصلة بأغراضه

٢ - شراء الشركات أو دمجها فيه والدخول فى مشروعات مشتركة مع الجهات التى تزاوَل أعمالا شبيهة بأعماله أو التى قد تعاونه على تحقيق أغراضه سواء فى جمهوريه مصر العربية أو خارجها.

٣ - إنتاج المواد الفنية الإذاعية و التليفزيون النوعية وتسويقها بالبيع أو التاجير فى الداخل والخارج وفقا للشروط والأوضاع التى يراها محققة لأغراضه.

٤- تملك حقوق التأليف والنشر وأسماء الشهرة التجارية للمواد الإذاعية التى ينتجها أو يستخدمها ومنح الغير حق استخدامها.

٥- استثمار أموال الاتحاد فى الأوجه التى تتفق مع أغراضه.

٦- الحصول على التسهيلات المصرفية والإئتمانية لتمويل مشروعاته

- الاستثمارية على أن تحدد الحكومة الحد الأقصى للمديونية.
- ٧- الاحتفاظ بحصيلة إيراداته من النقد الأجنبي والتصرف فيها لمواجهة احتياجاته دون التقيد بالقوانين واللوائح والأنظمة المقررة في هذا الشأن.
- ٨- إنتاج وإذاعة الإعلانات التجارية وفقاً للسياسات التي يضعها في هذا الشأن بما لا يخل بالقيم أو التقاليد العامة.
- ٩- إنشاء مراكز التدريب لإعداد العاملين وتنمية مهارتهم في مختلف فروع العمل الإذاعي والتلفزيوني وتشجيع البحوث والدراسات العلمية في هذا المجال.
- ١٠- التعاقد مع وكالات الأنباء العالمية
- ١١- إصدار المطبوعات أو الدوريات أو المجلات التي تعبر عن رسالة اتحاد الإذاعة والتلفزيون.

(المادة الرابعة)

يتولى وزير الإعلام الإشراف على اتحاد الإذاعة والتلفزيون ومتابعه تنفيذ أهداف والخدمات القومية والمهام الأخرى المنصوص عليها في هذا القانون بما يكفل ربط هذه الأهداف والخدمات الساسية العليا والأهداف القومية والسلام الاجتماعي والوحدة الوطنية والخطة التلفزيونية للدولة.

ويكون للاتحاد مجلس للأمناء ومجلس للأعضاء المنتدبين وجميعه عموميه ويتكون الاتحاد من قطاعات.

رئاسة الاتحاد والإذاعة والتلفزيون والهندسة الإذاعية والإنتاج والشئون المالية والاقتصادية والأمانة العامة.

ويجوز إنشاء قطاعات أخرى وفقاً لاحتياجات العمل وذلك بقرار من مجلس الأمناء

(المادة الخامسة)

يشكل مجلس الأمناء على النحو التالي

- ١- رئيس يصدر بتعيينه وتحديد مرتبه ومخصصاته ومده رئاسته قرار من رئيس الجمهورية بناء على اقتراح رئيس مجلس الوزراء
- ٢ - عدد من الأعضاء من بين الشخصيات العامة ذات المشاركة الفعالة في

النشاط الفكرى والدينى والفنى والعلمى والثقافى والصحفى والاقتصادى والهندسى والمالى والقانونى والمهتمين بنشاط الشباب والمرأه والطفوله وغيرها من النشاطات على ان تكون لهم الأغلبية العددية فى عضويه المجلس.

٣- الأعضاء المنتدبون لإدارة القطاعات الرئيسيه للاتحاد

٤- رئيس الهيئة للاستعلامات

(المادة السادسة)

يختص مجلس الأمناء بوضع السياسات العامة لعمل الاتحاد واعتماد الخطط الرئيسيه المتعلقة بتنفيذها ومتابعته وتقييم أجهزه الاتحاد لمهامها.

وللمجلس أن يتخذ ما يلزم من القرارات لتحقيق أغراضه وفقا لأحكام هذا القانون وله على وجه الخصوص ماياتى :

وضع ميثاق شرف العمل الإعلامى فى الاذاعة المسموعة والمرئية أخلاقيات الرسالة الاذاعية وتحديد أسلوب الالتزام بهذا الميثاق.

اعتماد القواعد واللوائح والنظم بسير العمل فى قطاعات الاتحاد وشركاته الملوكية له بالكامل بما يكفل تقديم الخدمات الإذاعية المسموعة والمرئية بأعلى قدر من الكفاية ، على أساس من الإدارة الاقتصادية السليمة.

اعتماد اللوائح المتعلقة بالشئون الإدارية والمالية بما يتفق ومتطلبات العمل فى مختلف أبعادها بما يكفل له المرونة واللامركزية.

إصدار لائحة لشئون العاملين ومعاملتهم المالية بما يتفق وطبيعة العمل التليفزيونى وما يحقق لهم الرعاية ، ويكفل الارتفاع بمستوى الأداء ، وذلك دون التقيد بالنظم الخاصة بالعاملين المدنيين بالدولة.

الموافقة على البرامج السنوية لاستثمارات الخطة والسياسة العامة لإنتاج المواد الاجنبية.

اعتماد القواعد التى تتبع لإعداد الموازنة التخطيطية والموازنة السنوية للاتحاد على نسق موازنات المشروعات الاقتصادية.

اعتماد قواعد الاستعانة بالإعلام الاجنبى فى مجال الاذاعة المسموعة والمرئية.

إقرار المعايير العامة لاختيار المواد والبرامج التى يحصل عليها من الخارج.

اعتماد أسس تقييم الأداء والحكم على كفاية النشاط.

اعتماد القواعد التى تحكم أنشطة الاتحاد ذات الصبغة التجارية.
إبداء الرأى فى التشريعات المتعلقة بالإذاعة المسموعة والمرئية.
الموافقة على إنشاء الفرق الموسيقية والمسرحية بما يتفق وأنشطة الاتحاد
وخدمة أغراضه.
إعتماد خطط القوى العاملة ومعايير ترتيب وتوصيف الوظائف.

(المادة السابعة)

لمجلس الأمناء ان يشكل لجانا دائمة أو مؤقتة من بين أعضائه لمعاونته فى دراسة
ما يقدم له من موضوعات وله أن يضم الى تلك اللجان أعضاء داخل الاتحاد
أو خارجه.

(المادة الثامنة)

يعقد مجلس الأمناء دورة عمل عادية كل شهر على الأقل ويجوز دعوته
للاعتقاد فى غير موعد الدورة العادية بناء على طلب وزير التليفزيون النوعي
أو إذا طلب ذلك نصف عدد أعضاء المجلس أو الأعضاء المنتدبون ولا يكون
الاجتماع صحيحا الا إذا حضره نصف عدد أعضائه على الأقل ويتولى رئيس
المجلس توجيه الدعوة الى اجتماعاته وإعداد جدول أعماله وتصدر قرارات
المجلس بأغلبية الحاضرين وعند التساوى يرجع الجانب الذى منه الرئيس.
وتبلغ قرارات مجلس الأمناء الى الوزير لاعتمادها خلال ثلاثين يوما من
تاريخ إبلاغه بها وتعتبر القرارات نافذة باتقضاء هذه المدة. فإذا اعترض عليها
كلها أو بعضها أعيد ما اعترض عليه منها الى مجلس الأمناء لإعادة النظر
فيه. ولوزير الأعلام حضور جلسات مجلس الأمناء ويتولى رئاستها حال
حضوره. ويضع المجلس لائحة أعماله واجتماعاته وتوزيع الاختصاصات
والمسئولية بين أعضائه.

(المادة التاسعة)

يتولى رئيس مجلس الأمناء الاشراف على شئون الاتحاد و قطاعاته المختلفة
والتنسيق بينها والتحقق من حيث حسن سير العمل وتنفيذ قرارات مجلس
الأمناء.

ويختص أيضا بما يأتى

تمثيل الاتحاد فى علاقته بالغير وأمام القضاء وفى المؤتمرات والاتحادات العربية و الدولية وإبرام الاتفاقات مع هيئات الإذاعة المسموعة والمرئية فى الدول الأخرى

عرض تقارير الأعضاء المنتدبين عن سير العمل فى قطاعاتهم على مجلس الأمناء

تحديد من له حق التوقيع عن الاتحاد فى مختلف التصرفات

(د) تحديد اختصاصات الأمين العام الأعضاء المنتدبين فيما يختص بتنفيذ قرارات مجلس الأمناء كل فى قطاعه ولرئيس مجلس الأمناء أن يفوض الأعضاء المنتدبين فى بعض اختصاصاته.

(المادة العاشرة)

يختار وزير الإعلام نائبا للرئيس من بين أعضاء مجلس الأمناء يتولى اختصاصات الرئيس عند غيابه.

(المادة الحادية عشر)

يشكل مجلس للأعضاء المنتدبين برئاسة رئيس مجلس الأمناء وعضوية الأعضاء المنتدبين لإدارة القطاعات الرئيسية لاتحاد ويضم الى المجلس عدد من مديرى إدارات القطاع بحكم وظائفهم وعدد آخر من العاملين فى الاتحاد يصدر باختيارهم قرار من مجلس الأمناء

(المادة الثانية عشر)

يعين بقرار من رئيس الجمهورية لمدة ثلاث سنوات قابله للتجديد عضو مجلس الأمناء المنتدب ويتولى إدارة احد قطاعات الاتحاد فى إطار السياسة والنظم والقرارات التى يضعها المجلس وتكون له الاختصاصات المالية والإدارية اللازمة لأداء مسؤولياته وعليه أن يقدم تقريرا شهريا عن نشاط قطاعه لمجلس الأمناء وله أن يفوض مسنولا أو أكثر فى بعض اختصاصاته.

(المادة الثالثة عشر)

يختص مجلس الأعضاء المنتدبين بما يأتى

١ - تنفيذ قرارات وسياسات مجلس الأمناء

- ٢- التنسيق بين خطط وبرامج وأنشطه قطاعات الاتحاد وضمان عمله كفريق متكامل لتحقيق أهداف الاتحاد وتقصى الرأى العام بالنسبة للبرامج الإذاعية المسموعة والمرئية
- ٣- إعداد مشروع الخطة السنوية للبرامج واقتراح السياسة العامة لإنتاج المواد المذاعة أسس الإستعانة بالبرامج والمواد الأجنبية للعرض على مجلس الأمناء.
- ٤- دراسة التقرير السنوى عن الموقف المالى للاتحاد ورفع ملاحظاته فى شأنه إلى مجلس الأمناء ووضع القواعد التى تتبع لإعداد الموازنة التخطيطية والموازنة السنوية للاتحاد واستثمارات الخطة على نسق موازنات المشروعات الاقتصادية.
- ٥- دراسة المشروعات الاستثمارية الجديدة وتقديمها لمجلس الأمناء وفتح الحسابات المصرفية فى البنوك التجارية المصرية و الأجنبية.
- ٦- تنسيق مشروعات الموازنات الداخلية للقطاعات.
- ٧- إعداد القرارات الخاصة بتنظيم التقسيمات التنظيمية فى القطاعات وتحديد اختصاصاتها ووضع خطط القوى العاملة ومعايير وترتيب وتوصيف الوظائف ووضع خطط التدريب والبعثات للعاملين بالاتحاد ورسم سياسة البحوث العلمية.
- ٨- المتابعة الدورية للأداء فى مختلف القطاعات وبالأخص تكاليف التشغيل وحجم الإيرادات.
- ٩- عقد القروض وقبول الهبات والمنح والإعانات لصالح الاتحاد وفقا للقواعد العامة المقررة فى هذا الشأن بعد اعتماد مجلس الأمناء.
- ١٠- وضع القواعد المنظمة للعلاقة بين الاتحاد وشركته المملوكة له بالكامل
- ١١- وضع اللوائح والنظم والقواعد المتعلقة بسير العمل فى قطاعات الاتحاد وشركائه المملوكة له بالكامل.
- ١٢- حفظ المواد الإذاعية وفقا للنظم والقواعد التى يقررها مجلس الأمناء
- ١٣- اتخاذ جميع الإجراءات والتصرفات من أجل تجديد وتطوير المحطات والمعدات لدعم إرسال واستقبال الإذاعات المسموعة والمرئية.

(المادة الرابعة عشرة)

يجتمع مجلس الأعضاء المنتدبين مره على الأقل كل أسبوعين بدعوة من رئيسه ويدعى أيضا للانعقاد إذا طلب ذلك نصف عدد أعضائه على الأقل ويضع المجلس لائحة بتنظيم العمل فيه.

(المادة الخامسة عشر)

يشكل العضو المنتدب لجنة من مديري الإدارات فى القطاع تعاونه فى إداراته وتسيير العمل اليومى واقتراح السياسة التى يسير عليها العمل اليومى واقتراح السياسة التى يسير عليها العمل فى ضوء قرارات مجلس الأمناء ومجلس الأعضاء المنتدبين وتوجيهاتهما وتتولى على الأخص.

١- اتخاذ القرارات المتعلقة بالشئون المتخصصة لأعمال القطاع

٢- الموافقة على مشروع الموازنة السنوية للقطاع

٣- اقتراح فرض الرسوم وتحديد الأجور لأنواع الخدمات التى يؤديها القطاع

٤ - البت فى شئون العاملين بالقطاع الفن الاذاعى

٥- تعتمد اعمال هذه اللجنة من العضو المنتدب

(المادة السادسة عشر)

يخضع الاتحاد فى أنظمتة وشئون العاملين فيه وإدارة أمواله وحساباته وسائر شئونه للأحكام المنصوص عليها فى هذا القانون واللوائح والقرارات التى يصدرها مجلس الأمناء دون التقيد بالقوانين واللوائح والتعليمات التى تجرى عليها الحكومة.

(المادة السابعة عشر)

يحدد رأس مال الاتحاد بقرار من رئيس الجمهورية ويصدر وزير المالية قرارا بتشكيل لجنة تتولى :

- تقييم اصول وخصوم راس مال الاتحاد
- تحديد مديونيات الاتحاد قبل وزاره الماليه
- اقتراح اعتبار كل او بعض المديونيات اسهاما من الحكومه فى راس مال الاتحاد وتعتمد توصيات هذه اللجنة بقرار من وزير المالية

(المادة الثامنة عشرة)

يكون للاتحاد موازنة مستقلة تصدر بقرار من رئيس الجمهورية يراعى فى وضعها القواعد المتبعة فى إعداد موازنة استثماريه لمدته أكثر من سنه بقرار من رئيس الجمهورية

(المادة التاسعة عشرة)

تبدأ السنة المالية للاتحاد من أول يناير و تنتهى فى آخر ديسمبر من كل عام

(المادة العشرون)

تتكون إيرادات الاتحاد من :

- ١- حصيلة الرسوم المقررة قانونا لصالح الإذاعة والتليفزيون.
- ٢- المواد الناتجة من نشاط قطاعاته وما يؤديه من خدمات
- ٣- الإعتمادات التى تخصصها الدولة للاتحاد
- ٤- الإعانات والهبات
- ٥- ما يعقده من قروض فى الحدود والقواعد التى يقرها رئيس مجلس الوزراء ويرحل فائض إيرادات كل سنه مالىه الى السنة التالية.
- ٦- حصة الاتحاد من فوائض الشركات المملوكة والتابعة

(المادة الحادية والعشرون)

يكون لكل قطاع موازنة داخلية تبين موارده ومصروفاته والفائض او العجز فى الإيرادات

(المادة الثانية والعشرون)

مع عدم الإخلال برقابه الجهاز المركزى للمحاسبات للجمعية العمومية للاتحاد أن تعين مراقبا أو أكثر للحسابات من الأشخاص الطبعين المتمتعين بجنسيه جمهوريه مصر العربية وتحدد الجمعية العمومية مكافأة المراقب وتكون له حقوق مراقب الحسابات فى الشركات المساهمة وعليه واجباته.

(المادة الثالثة والعشرون)

لمجلس الأمناء ان يقرر اجرا بالفئات التى يحددها للبرامج والخدمات التى تقدم لأجهزة الدولة والهيئات العامة و ما يتبعها من وحدات اقتصادية وتدرج قيمه تلك الخدمات سنويا فى ميزانيات هذه الجهات فى أول كل عام.

(المادة الرابعة والعشرون)

تودع الحكومة لحساب الاتحاد فى البنك المركزى المصرى لإعانة السنوية التى تقررها

(المادة الخامسة والعشرون)

تنظم القوانين الصادرة لفرض رسوم لصالح الإذاعة والتليفزيون وطريقه تحصيلها وتوريدها للاتحاد.

(المادة السادسة والعشرون)

يكون للاتحاد اقتضاء حقوقه بطريق التنفيذ المباشر و الحجز الادارى وفقا لأحكام القانون رقم ٣٠٨ لسنة ١٩٥٥ شأن الحجز الادارى

(المادة السابعة والعشرون)

تعفى الأجهزة والمعدات الهندسية وأشرطة التسجيل والأسطوانات والأفلام الخام والمسجل عليها التى ترد للاتحاد من الرسوم الجمركية.

(المادة الثامنة والعشرون)

تشكل للاتحاد جمعيه عموميه برئاسة وزير الإعلام وعضويه كل من: وزاره التخطيط والدولة لشئون الخارجية لموصلات والصحة و الاقتصاد والتجارة الخارجية وشئون مجلس الشعب والشورى والتعليم والمالية والثقافة والأوقاف والشئون الإجتماعية أو من ينوب عن كل منهم.

- رئيس وأعضاء مجلس الأمناء

- رئيس المجلس الاعلى للشباب والرياضه او من ينيبه

- وكيل الازهر او من ينيبه

عدد من ذو الخبرات فى مجالات الإعلام والأنشطة المرتبطة به. ويصدر بتعيينهم قرار من وزير الإعلام.

(المادة التاسعة والعشرون)

تختص الجمعية العمومية للاتحاد بما يلى :

اعتماد التقرير السنوى عن نشاط الاتحاد و الشركات التابعة له و الذى يعده مجلس الأمناء فى إطار ما تحدده المادتان ٣ و ٢ من هذا القانون
إعتماد تقرير مراقب الحسابات

إقرار الموازنة التخطيطية للاتحاد وفى حاله ما إذا ترتب على الموازنة التخطيطية أعباء مالية على الموازنة العامة للدولة لا تسرى الا بموافقة الحكومة.

إقرار الموازنة السنوية والحسابات الختامية وحساب الأرباح والخسائر للاتحاد وتحديد الاحتياطات والمخصصات وتوزيع الأرباح.

إقرار زيادة رأس مال الاتحاد وتحديد مصادر التمويل الترخيص باستخدام المخصصات فى غير الأغراض المخصصة لها فى موازنة الاتحاد

إقرار مشروعات إنشاء الشركات والمشاركة فيها أو مشروعات الإدماج أو التصفية للشركات المملوكة للاتحاد تعيين مراقب الحسابات وتحديد مكافأته.

(المادة الثلاثون)

تتعد الجمعية العمومية العادية للاتحاد مرتين على الأقل سنويا وذلك يدعون من رئيسها كما يجوز دعوه الجمعية العمومية للانعقاد فى دوره غير عاديه وذلك بناء على طلب رئيسها أو طلب نصف عدد أعضائها. ولا يكون الاجتماع صحيحا الا بحضور ثلثى الأعضاء وفى حاله عدم اكتمال هذا العدد يوجل الاجتماع لجلسه تاليه وفى هذه الحالة يكون الانعقاد صحيحا بحضور اغلبيه الأعضاء.

(المادة الحادية والثلاثون)

تصدر قرارات الجمعية العمومية بأغلبية أصوات الأعضاء الحاضرين وفى حاله تساوى الأصوات يرجح الجانب الذى فيه الرئيس.

(المادة الثانية والثلاثون)

يحضر مندوب الجهاز المركزى للمحاسبات ومراقبو الحسابات اجتماعات الجمعية العمومية دون ان يكون لهم حق التصويت

(المادة الثالثة والثلاثون)

يلغى القانون رقم ١ لسنة ١٩٧١ بإنشاء اتحاد الإذاعة والتليفزيون وبإلغاء القرارات الجمهورية رقم ٧٧ لسنة ١٩٦٦ بتنظيم المؤسسة المصرية العامة للهندسة الإذاعية ورقم ٧٨ لسنة ١٩٦٦ بتنظيم إذاعة الجمهورية العربية

المتحدة ورقم ٧٩ لسنة ١٩٦٦ بتنظيم تلفزيون الجمهورية العربية المتحدة؛ كما يلغى كل حكم يخالف أحكام هذا القانون تظل القواعد واللوائح المعمول بها حاليا سارية حين صدور اللوائح الجديدة.

(المادة الرابعة والثلاثون)

ينشر هذا القانون في الجريدة الرسمية ليعمل به من تاريخ نشره
يبصم هذا القانون بختم الدولة وينفذ كقانون من قوانينها صدر في رئاسة
الجمهورية في ٣٠ ربيع الآخر سنة ١٣٩٩ (٢٩ مارس سنة ١٩٧٩).

دليل العمل الإنتاجي التلفزيوني ودليل عمل للبرامج والأعمال الدرامية باتحاد الإذاعة والتلفزيون

هي القواعد والضوابط والمبادئ التي يتضمنها دليل العمل الذي نرجو إن يستهدى به العاملون في مجال البرامج والدراما الإذاعية والتلفزيونية، ليحققوا رسالتهم السامية وليؤكدوا الدور البارز للإعلام المرئي والمسموع في بناء المجتمع وتوعيته لترسيخ القيم الإيجابية ومواجهة القيم السلبية ويمكن عرضها كالآتي:

أولاً : تمهيد :

انطلاقاً من أهمية الإذاعة والتلفزيون كوسيلتين من أوسع وسائل الاتصال الجماهيري انتشاراً وأعمقها تأثيراً وأهميه دورهما في إثراء الفكر والوجدان.. وفي ضوء ثوره الاتصال والتلفزيون وما يطرحه عصر الأقمار الصناعية من تحديات تؤكد أهمية دور التلفزيون الوطني في بناء الإنسان وتحسينه بالوعي النابع من دينه وتراثه وهويته الثقافية وقيمه ومثله العليا حتى يتعامل بوعي مع عصر البث القمري المباشر

وأدركا لأهمية تطوير الإنتاج التلفزيوني الوطني حتى يكون قادر على تلبية احتياجات الإنسان المصري والعربي قادر في نفس الوقت على منافسة الإنتاج التلفزيوني النوعي الأجنبي الوافد عبر الأقمار الصناعية بما يطرح البديل المصري والعربي الذي يؤكد وجودنا في هذا العصر والذي يجعلنا نأخذ ونعطى نوثر ونتأثر في تفاعل حضاري خلاق واستهداء بتوجهات السيد / وزير الإعلام بأهمية وجود ميثاق شرف اعلامي يتضمن المبادئ الأساسية والضوابط التي تحكم الإنتاج التلفزيوني في مجال الدراما والبرامج في كل من الإذاعة والتلفزيون لتأكيد القيم والسلوكيات الإيجابية في المجتمع والتصدي للظواهر السلبية من خلال فهم عميق وإدراك واع لحركة المجتمع

فان اتحاد الإذاعة والتلفزيون يضع هذا الدليل حتى يكون نبراسا يستهدى به العاملون في الاتحاد في إنتاج البرامج والأعمال الدرامية تأكيداً لرسالة التلفزيون المصري في خدمة وطنه وأمتة وذلك على النحو التالي :

أولاً: في مجال التوعية الدينية:

- يركز العمل الاذاعي و التلفزيوني على توفير التوعية الدينية النابعة من جوهر الدين بسماحته ووسطيته واعتداله بعيدا عن اى انحراف أو تطرف أو تعصب ونبذ العنف ومواجهته باعتباره خروجا عن جوهر الدين و إفسادا في الارض وترسيخ القيم والمثل العليا وإبراز مواقف القدوة الطيبة عبر التاريخ الإسلامي...

- وتأكيدا لذلك يحرص العمل البرامجي والدرامى على مايلى :

١- تأكيد ان الإيمان الحقيقي هو ما وقر فى القلب وصدقه العمل حتى يتجسد الإيمان فى العبادة الخالصة لله وفى سلوك الإنسان اليومي وفى أسلوب تعامله مع الآخرين وفى الإخلاص فى أداء العمل.

٢- الاحترام والتقدير الكامل لجميع الأديان السماوية.

٣- التأكيد على الأهمية التى يوليها الإسلام لطلب العلم باعتباره وسيلة من وسائل إعمار الكون وإبراز العطاء العلمى لعلماء المسلمين فى فترات ازدهار الحضارة الإسلامية

٤- إبراز المعنى الصحيح للتوكل على الله القائم على العمل والأخذ بالأساليب وبذلك يأتى التوفيق من الله ونبذ التوكل واللامبالاة والإهمال.

٥- التأكيد على كل ما يبرز جوهر الدين الإسلامى الذى يتميز بالوسطية والاعتدال دون إفراط أو تفريط ونبذ التطرف والمغالاة وإدانته ومواجهه ما قد يقود إليه التطرف من عنف وإرهاب.

٦- التنبيه إلى إن المراجع فى الدين يكون لعلمائه المتفقهين وليس لأى إنسان غير مؤهل للاجتهاد.

٧- التوضيح المستمر لمعنى الحوار فى أمور الدين وكيف انه يعنى مقابله الحجة بالحجة ولا مكان فيه لفرض الرأى بالضغط أو الإرهاب (وجادلهم بالتي هي أحسن).

٨- تعميق الاحترام والتقدير والتبجيل لعلماء الدين المتخصصين المستنيرين

٩- الحرص على تنقيه الدين من الأفكار والمعتقدات الخاطئة مثل الشعوذة وأعمال السحر والتوسل بالأولياء من دون الله ويستدعى ذلك بطبيعة الحال

كشف النماذج التي تسمح بالدين وهو منها براء.

١٠- إبراز المواقف الإسلامية الرائعة التي يحفل بها الإسلام لتأكيد القيم وتجسيد القدوة الطيبة.

١١- حرص الأعمال الدرامية الدينية على الأداء الطبيعي عن الافتعال أو التشنيج أو الأسلوب التقليدي في المط والتطويل حتى ينساب التأثير الروحي بسلاسه إلى النفوس.

١٢- التأكيد على أن الإسلام دين يدعو إلى التقدم والعلم والعمل لصنع الحضارة وبناء ألامه الإسلامية القوية لتواكب عصر التقدم العلمي وطفرة المتلاحقة وحتى تكون الأمة الإسلامية في مقدمه الصفوف في هذا المجال وتكون خير امه أخرجت للناس في أمور الدين والدنيا.

ثانيا : القيم الاجتماعية

(أ) الأسرة :

الدعوة إلى أهيمه ترابط الأسرة وترسيخ القيم والسلوكيات التي تؤدي إلى البر بالوالدين واحترام الصغير للكبير وعطف الكبير على الصغير ،وقيام كل فرد في الأسرة بواجبه حيال بقية أفراد الأسرة كالزوج نحو زوجته ونحو أولاده وكالزوجة وبيتها وأولادها وانطلاقا من الحديث الشريف : (كلكم راع وكلكم مسئول عن رعيته).

(ب) المرأة:

إبراز تكريم الإسلام للمرأة وما أعطاها من حقوق وما ترتب عليها من واجبات، وإبراز نماذج عطاء المرأة في شتى المجالات عبر التاريخ الإسلامي.

تأكيد دور المرأة داخل الأسرة كزوجة وأم تتولى تنشئة ورعاية الجيل الجديد ، وتأكيد دورها في بناء المجتمع باعتبارها نصف هذا المجتمع.

التنبيه إلى خطورة التركيز على إبراز النماذج السلبية للمرأة التي تصورها صورة المستهتر أو السلبية أو المغلوبة على أمرها.. وإذا كانت هناك نماذج من هذا السلوك داخل الدراما فيجب أن يتم التعامل معها باعتبارها حالات فردية وليست حكما عاما على المرأة.. لأن ذلك يسيئ إلى صورة المرأة أمام

الرأى العام المصري والعربي ولذا يجب أن تركز البرامج والأعمال الدرامية على كل ما يرسخ القيم فى نفس الطفل منذ نعومة أظافره وعلى كل ما يساعد على تنشئته كإنسان سوى قادر على اكتساب صفة النضج والتفاعل مع وطنه ومجتمعه فلا تتضمن البرامج والتمثيلات ما يستهين بعقله أو يسطح أفكاره كما يتعين أن تتضمن هذه الأعمال نماذج كثيرة من القدوة الطيبة التي تتغلغل في وجدان الطفل.

(ج) الجيران :

الدعوة إلى الحفاظ على حقوق الجار وحسن التعامل معه تأكيداً للترباط بين أبناء المجتمع حتى يكون كل أفراد كالبنیان المرصوص يشد بعضه بعضاً.

(د) الطرائف والفنات :

تجنب كل ما يسئ لأية طائفة أو فئة أو مهنة في كافة الأعمال الإذاعية والتلفزيون النوعية وفي حالة التصدي للنماذج السلبية هنا أو هناك ينبغي أن يتم ذلك في إطار تأكيد أن هذه النماذج السلبية ما هي إلا استثناء من القاعدة.

(هـ) الشباب :

إتاحة الفرصة أمام الشباب وخاصة المبدعين منهم باعتبارهم نصف الحاضر وكل المستقبل والتركيز على النماذج الإيجابية التي تصلح لأن تكون قدوة يحتذى بها مع كشف المزالق التي يتعرض لها الشباب وبصفه عامه تطرح القضايا المرتبطة بالشباب كالبطالة والإدمان والتطرف والانحراف واللامبالاة بأكبر قدر من التنوع والعمق مع البعد عن المباشرة و اللهجة الخطابية الوعظية.

(و) الانتماء :

تعميق مشاعر الانتماء لدى المواطن بحيث تتجسد في تصرفاته ومواقفه وذلك بإبراز الايجابيات العديدة فى المجتمع وعدم التركيز على السلبيات وحدها وتحويلها الى ظواهر عامه تحكم المجتمع كله وإبراز النماذج الطيبة من المواطنين الذين يترجمون انتماءهم بمواقف وسلوكيات واضحة وإلقاء الأضواء على فترات وشخصيات بارزة من التاريخ تؤكد الانتماء للوطن والعطاء بغير حدود...

(ن) تكريم الإنسان :

الامتناع عن التعرض لذوى العيوب الخلقية أو العاهات انطلاقاً من تكريم الله للإنسان وإلا تنزلق الكوميديا بحثاً عن الإضحاك الى المساس بهذه الفئات و إذا كان الله سبحانه وتعالى قد كرم الإنسان وسخر له ما فى الكون فأحرى بالإنسان نفسه الا يعرض إنساناً آخر للسخرية أو الاستهزاء سيفجرح مشاعره.

(ح) قيمة العمل :

١ - إحترام جميع المهن الشريفة والتعامل معها على قدم المساواة فالعمل شرف مثلما هو واجب وإذا استدعيت الضرورة الفنية تقديم نماذج سلبية من العاملين فى مهنة ما فمن الضروري تقديم ما يؤكد أن هذه النماذج مجرد حالات فردية لا تمثل مجموع العاملين فى هذه المهنة.

٢- تشجيع العمل الحر بكل أشكاله دون التقيد التقليدى بالعمل الحكومى والمكتبى فى ضوء احتياجات خطط التنمية.

٣- الدعوة إلى إتقان العمل والسعى الى تطويره كهدف عظيم فى معركة الإنتاج وبناء الاقتصاد عملاً بقول الله سبحانه وتعالى (وقل اعملوا فسيرى الله عملكم ورسوله والمؤمنون) وقوله جل وعلا (انا لا نضيع اجر من أحسن عملاً) وإستجابة لقول رسول الله صلى الله عليه وسلم ان الله يحب إذا عمل أحدكم عملاً أن يتقنه.

٤- مراعاة الموضوعية والتوازن عند تقديم أعمال تتصدى لدنيا المال ورجال الأعمال وإدراك أن نموذج رجل الأعمال المنحرف لا يمكن أن يكون تعبيراً صادقاً عن كل رجال الأعمال فالى جانب هذا النموذج الشريفة التى يودى وجودها الى تعميق العمل الدرامى وإزالة الشبهه تعميم النموذج المنحرف على كافة رجال الأعمال مع الإشارة إلى النماذج الطيبة اثناء صراعها مع النماذج غير الشريفة داخل الدراما.

(ط) قضايا الانحراف والفساد :

عدم المبالغة فى تصوير حالات الفساد والانحراف بشكل مبالغ فيه يوحى بأنها قد أصبحت ظاهرة لا علاج لها مما يحبط الأجيال الجديدة ويؤثر على فرص

الاستثمار فيها والتأكيد على الجهود التي تبذل للتصدي لنماذج الانحراف وحماية المجتمع منها

والحرص دائما على تقديم الصورة الصحيحة الموضوعية المتوازنة التي تبرز الايجابيات والسلبيات على السواء.

(ي) التنمية والبناء :

إبراز قيمة العمل والإنتاج والاهتمام بتأكيد الثقة في الإنتاج الوطني مع مواصلة إثارة الوعي لدى الجماهير بترشيد الاستهلاك في مختلف المجالات كالطاقة والمياه والغذاء وغيرها وتشجيع الجهود الذاتية والمبادرات الفردية أو الجماعية لتكون جنبا الى جنب مع العمل الحكومي في تحمل مسئولية البناء والتنمية باعتبارها القضايا الرئيسية التي تواجه المجتمع في مسيرته نحو البناء والتقدم بما تتضمنه من تنظيم للأسرة وارتقاء بخصائص السكان ورفع مستوى الخدمات في الأقاليم لإيقاف ظاهره الهجره منها إلى العواصم.

(ك) البيئة :

الدعوة الى المحافظة على البيئة ومواردها المختلفة والعمل على زيادة نسبه الخضرة وتقليص عوامل التلوث مع المقارنة بما تفعله المجتمعات المتقدمة في سبيل الحفاظ على بيئتها.

(ل) الوقت :

التركيز على أهمية عنصر الوقت من منظور عملي يترجم هذا الإدراك الى سلوك حقيقي يتمثل في تحويل الساعات والدقائق و الثواني إلى مقابل موضوعي من العمل والانتاج او الترفيه....

ثالثا : محاذير عامه :

يجب أن تتلخص الأعمال الإذاعية والتلفزيونية خاصة الأعمال الدرامية من تقديم الممارسات التالية بصوره تدعو الى الإعجاب بها أو تقليدها :

القسم الأول بغير الله أو الإكثار منه بصوره تقلل من جلاله

٢- الكذب والنميمة والوصولية المكيافيلية لتحقيق النجاح في إطار قد يثير الإعجاب بها كاسلوب.

٣- تقديم الشخصيات المنحرفة في إطار يثير الإعجاب بها.

- ٤- الجشع والطمع
- ٥- التحرر الاخلاقي المبالغ فيه على حساب التقاليد
- ٦- العنف بكل مظاهره (لمجرد الإثارة)
- ٧- السلبية واللامبالاة
- ٨- الأنانية والنظرة الضيقة من خلال المصلحة الخاصة على حساب المصلحة العامة.
- ٩- عدم احترام الوقت.
- ١٠- عدم الوفاء بالعهد.
- ١١- الثأر والانتقام.
- ١٢- الادعاء والغرور
- ١٣- التشاؤم والانطواء.
- ١٤- النظرة المادية البحتة للأمور على حساب الجوانب الروحية والإنسانية.
- ١٥- التساهل فيما يمس الكرامة والشرف.
- ١٦- التلصص على أسرار الآخرين وإفشاؤها.
- ١٧- عدم الحفاظ على أسرار الجميع.
- ١٨- اليأس والإحباط لأقل الأسباب.
- ١٩- سوء الظن بالآخرين وبالمجتمع.
- ٢٠- ترويج الإشاعات من باب الادعاء بالعلم وإظهار الأهمية.
- ٢١- الدجل والشعوذة والسحر.
- ٢٢- الخيانة بكل جوانبها.
- ٢٣- الانتحار.
- ٢٤- الإسراف.
- ٢٥- المباهاه بالمنتجات الأجنبية.
- ٢٦- التقليد الأعمى لكل ما يحدث في المجتمعات الأخرى.
- ٢٧- التهرب من الضرائب.
- ٢٨- البيروقراطية وتعطيل مصالح الآخرين.
- ٢٩- تعمد إبراز مفاتن المرأة والرقص الذي يحرك الغرائز.

- ٣٠- السباب واستخدام الألفاظ البذيئة والجارحة.
- ٣١- الغش والخداع.
- ٣٢- الجبن وعدم المواجهة.
- ٣٣- عدم أداء الفرائض.
- ٣٤- الاستهتار بالعلم لحساب التواكل والغيبات.
- ٣٥- عدم احترام الملكية العامة والخاصة.
- ٣٦- الاستهانة بالفشل وعدم النجاح.
- ٣٧- العجلة والتسرع.
- ٣٨- الكسل والإهمال والتواكل.
- ٣٩- الحقد وكراهية الآخرين.
- ٤٠- العلاقات الملتوية.

المراجع

- (1) Nimmo and sanders, " Handbook of Political Communion" (Beverly Hills. Sage,1981),
- (2) Ahmed Al-saeed. Faith and Rhetoric –Friday Speech as Political Communication, Aph. D.Dissertation Submitted to the University of Wales college of Cardiff, U.K., May, 1993, (3) Denton, Robert E. & Woodward Gary C (1990) Political Communication in Americ , New York: Preager,
- (٤) محمد بن مسعود البشر " مقدمة في الاتصال السياسي"
- (٥) حمدي فؤاد " المحرر الدبلوماسي " (القاهرة : مطبعة أطلس ١٩٧٦)
- (٦) إجلال خليفة ، اتجاهات حديثة في فن التحرير الصحفي ، ج^٢ (القاهرة : الأنجلو المصرية ، ١٩٨٥).
- (٧) راوول جونة ، موجز الدبلوماسية ، ترجمة سموحي فوق العادة وقاسم مردم (دمشق : المطبعة الهاشمية ، ١٩٧٤)
- (٨) عبد اللطيف حمزة " قصة الصحافة العربية في مصر " (القاهرة : دار الفكر العربي ، ١٩٧٩)
- (١٠) الأهرام " نشرة معلومات الأهرام " مجلة فصلية ، عدد نوفمبر ، ديسمبر ١٩٩٤
- (11) Stocking , S. and Grass" How Do Journalists Think? A Proposal For The Study Of Cognitive Bias In News Making .In: Eric Clearing House On Reading Communication Skills, 1989 ,
- (١٢) محمد سيد محمد " الدور الوظيفي للصحافة المحلية في التنمية الشاملة " جريدة بني سويف ومؤسسة فريدريش ايبرت في الفترة من ٢٤ - ٢٦ ، ديسمبر ١٩٨٦ ،
- (13) Fink, Conard C " Media Ethics in News Room and Peyond " (New York McGraw Hill Company , 1988)

(١٤) عبد الفتاح عبد النبي " تأثير وسائل الإعلام على سلوك الأفراد في القرية المصرية " مجلة البحوث الإعلامية ، العدد التاسع والعاشر ، الجماهير الليبية ، ١٩٩٦ ،

(15) Walter Phillip Davison " Mass Communication and Conflict Resolution : The Role Of The Information Media In The Advancment of International Understanding " (New York : Praeger Publishers, 1974), .

(١٦) ولبرشرام " أجهزة الإعلام والتنمية الوطنية " ترجمة محمد فتحي (القاهرة : الهيئة المصرية العامة للتأليف والنشر ١٩٧٠)

(١٧) جيهان رشتي " الأسس العلمية لنظريات الإعلام " (القاهرة : دار الفكر العربي ، ١٩٧٥)

(18) Fink, Conard C. " Media Ethics in News Room and Peyond " , Op .Cit.

(19) Fink, Conard C. " Media Ethics in News Room and Peyond " , Op .Cit .

(٢٠) سعد لبيب " حق المواطن في الإعلام لماذا وكيف " (القاهرة : الهيئة العامة للاستعلامات ، مجلة النيل ، العدد رقم ٤٤ ، ١٩٩٤)

(٢١) محمد بن سعود البشر " المسؤولية الاجتماعية في الإعلام ، النظرية وواقع التطبيق " ط ' (الرياض : دار عالم الكتب ، ١٩٩٦) .

(٢٢) مرفت الطرابيشي " أخلاقيات الممارسة الصحفية في الصحف المصرية ، دراسة تحليلية لطبيعة الأداء الصحفي بجريدة الأخبار المصرية والأنوار اللبنانية " مجلة كلية الآداب والعلوم الانسانية ، جامعة المنيا ، المجلد رقم ٢٩ ، إبريل ٢٠٠٠ ،

(٢٣) عبد الفتاح عبد النبي " سوسيولوجيا الخبر الصحفي " دراسة في انتقاء ونشر الأخبار " (القاهرة : العربي للنشر ، ١٩٨٩) .

(٢٤) عبد الفتاح عبد النبي " الإعلام وجرائم البيئة الريفية " (القاهرة : العربي للنشر والتوزيع ، ١٩٩٤)

(٢٥) محمد عتران " دور الاتصال في عملية المشاركة السياسية والاجتماعية والاقتصادية " رسالة دكتوراه، غير منشورة، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، ١٩٩١ ،

(٢٦) السيد بخيت " العمل الصحفي في مصر " دراسة سيولوجية للصحفيين المصريين " (القاهرة : العربي للنشر والتوزيع ، ١٩٩٨)

(٢٧) عبد الفتاح عبد النبي " الإعلام وهجرة المصريين ، دراسات في الإعلام التنموي " (القاهرة : مكتبة النهضة المصرية ١٩٨٩)

(٢٨) جيهان مكاي " حرية الفرد وحرية الصحافة " (القاهرة : الهيئة المصرية العامة للكتاب ، ١٩٨١) .

(٢٩) انظر في ذلك :

أ- سعيد السيد " الضغوط المهنية والإدارية على القائم بالاتصال " المجلة العلمية لكلية الإعلام ، العدد الأول ، يوليو ١٩٨٩ ،

ب- إيناس أبو يوسف " العوامل المؤثرة في معالجة القضايا العربية في الصحافة المصرية " المجلة المصرية لبحوث الرأي العام ، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، العدد الثالث يوليو - سبتمبر ٢٠٠٠ ،

ج- ألفت أغا " القنمون بالاتصال وقضايا التنمية " دراسة ميدانية لعينة من القائمين بالاتصال في المجتمع المصري " رسالة دكتوراه ، غير منشورة ، القاهرة : كلية الآداب ، قسم الاجتماع ، جامعة القاهرة ١٩٩١ ،

(٣٠) عبد الفتاح عبد النبي " سوسيولوجيا الخبر الصحفي ، دراسة في انتقاء ونشر الأخبار " مرجع سابق ،

(٣١) عبد الفتاح عبد النبي " تكنولوجيا الاتصال والثقافة بين النظرية والتطبيق " (القاهرة : العربي للنشر والتوزيع ، ١٩٩٠ ،

(٣٢) عبد الفتاح عبد النبي " الأداء المهني للعاملين بالصحف المصرية " مجلة اليقظة العربية ، العدد الثامن ، أغسطس ١٩٩٠ ،

(٣٣) عبد الفتاح عبد النبي " الإعلام وهجرة المصريين ، دراسات في الإعلام التنموي " (القاهرة : النهضة للنشر والتوزيع ، ١٩٨٨)

- (٣٤) عبد الفتاح عبد النبي " التناول الاعلامي لجرائم النخبة دراسة للنموذج المصري في الثمانيات " (القاهرة : الثقافة للنشر ١٩٩٣)
- (٣٥) مصطفى محمود أبو بكر ، عبد الله بن عبد الرحمن البريدي . الاتصال الفعال مدخل استراتيجي سلوكي لجودة العلاقات في الحياة والأعمال ، (الإسكندرية ، الدار الجامعية ، ٢٠٠٧) ،
- (36) Hiebert , Rayeldon Vngurait , Donald F . & Bohn , Mass Media Iv : An Introuduction to Modem Communication, New York : Longman , 1985 P.4.
- (37) York Van Korff " Egyptian Press Journalists Professional , Standards and The Challenge of Privatization " Op. Cit.,
- (38) William A . Rough " The Arab Press in the Arab World", Op . Cit .
- (٣٩) محمد أبو العلا أحمد : علم النفس العام (القاهرة : مكتبة عين شمس ، ١٩٩٦)
- (40) Michal Mam cedr) : Mecmillon Studant Encmillon Student of Sociology (London : Mecmillan Press . 1987) Ppgo
- (٤١) محمد عبد الغنى : مهارات الاتصال (القاهرة : مركز تطوير الأداء والتنمية، ١٩٩٩) ،
- (٤٢) منير حسن جمال خليل ، برنامج تدريس عن تنمية المهارات المعرفية وآثارها على الأداء الوظيفي (السعودية ، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية) .
- (٤٣) حمود بن عبد العزيز البدر ، محاضرة حول : " تقييم وقياس الأداء " (السعودية ، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية ، ٢٠١٠ / ٧ / ٧ م) .
- (٤٤) بميك : البرنامج التدريبي : مهارات التقديم والعرض (الجيزة : مركز الخبرات المهنية للإدارة ، ٢٠٠٥) .

- (٤٥) شريف الحموى : مهارات الاتصال ، (الأردن : عمان ، دار ياما العلمية للنشر والتوزيع ، ط ٢ ، ٢٠٠٦)
- (46) Bernal Moss : Communication Skills for Health and Sociol care . (London s Sage Pup lications 2008)
- (٤٧) السيد متولي العشماوى : " تقدير مستوي الإصغاء لدي بعض الأخصائيين المتعاملين مع بعض الحالات الفردية بالمجال التعليمي " ، المؤتمر العلمي التاسع لكلية الخدمة الاجتماعية ، جامعة القاهرة ، الفيوم : ١٩٩٦ .
- (٤٨) عبد المنعم حفني : موسوعة على النفس التحليلي (القاهرة : مكتبة مدبولي ، ١٩٧٨)
- (٤٩) عبد المنعم ثابت المنهج التخطيطي لمهارات الإتصال ، (القاهرة ، بدون دار النشر) ،
- (٥٠) مصطفى محمود أبو بكر ، عبد الله بن عبد الرحمن البريدي ، الاتصال الفعال مدخل استراتيجي سلوكي لجودة العلاقات والأعمال فى الحياة ، (الإسكندرية : الدار الجامعية ، ٢٠٠٧)
- (51) Alan Clarke : E – Learing Skills , (London : Palgrave Mecmillan k 2004)
- (٥٢) أمين محمد أبو ريا : فن التعامل مع الآخرين (جدة : مركز التدريب بالغرفة التجارية الصناعية ، ١٩٩٣) .
- (٥٣) عبد الستار إبراهيم ورضوي إبراهيم : علم النفس أسسه ومعالم دراسته (الرياض : دار العلوم للطباعة والنشر ، ط ٣ ، ٢٠٠٣) .
- (٥٤) مصطفى أبو بكر : التفاوض الناجح – مدخل استراتيجي سلوكي (الاسكندرية : الدار الجامعية ، ٢٠٠٤) .
- (٥٥) إبراهيم بن محمد المزيني : التعامل مع الآخر – شواهد تاريخية من الحضارة الاسلامية ، مركز الملك عبد العزيز الحوار الوطنى ، (الرياض : المملكة العربية السعودية) .
- (٥٦) فاطمة عطية : التعامل مع الآخرين (وكالة الغوث الدولية ، ٢٠٠٢) .

- (57) Bernard Moss : Communication Skills For Health and Social care , Opcit
- (58) Alan Clarke : E – Learning Skills , (London : Palgrave Mecomillan k 2004)
- (59) Bernard Moss : Communication Skills For Health and Social care, Opcit,
- (٦٠) أحمد شفيق السكري . قاموس الخدمة الاجتماعية والخدمات الاجتماعية (الاسكندرية : دار المعرفة الجامعية ، ٢٠٠٠)
- (٦١) الشركة السعودية لتنمية الكفاءة البشرية : البرنامج التدريبي : مهارات الاتصال الفعال ، (الرياض HRD ، ٢٠٠٥) ،
- (٦٢) د/ نبيل راغب . لغة التعبير بالجسد فى الفن والتجارة والسياسة (القاهرة ، دار غريب للطباعة والنشر والتوزيع ١٩٩٨) ،
- (٦٣) ألن بيز : لغة الجسم ، كيف تقرأ أفكار الآخرين من خلال ايمائتهم ، ترجمة سمير شخاتى ، (بيروت : دار الأفاق الجديدة ، ١٩٩٤) ،
- (٦٤) توتاليتى : البرنامج التدريبي : مهارات الاتصال الفعال (القاهرة : شركة الخبرات الدولية المتكاملة ، ٢٠٠٥) .
- (٦٥) جوليس فاست : لغة الجسم ، مجلة كل الأسرة ، العدد ٨٥ ، الإمارات ١٩٩٥ .
- (٦٦) جون هاس : لغة الجسد والحوار الصامت ، ترجمة محمد أحمد عبد الرحمن ، مجلة الوعى الاجتماعى ، جمعية توعية ورعاية الأحداث ، ع ١٥ دبي ٢٠٠٠ .
- (٦٧) عبد الله بن عبد الكريم السالم . أهمية لغة الجسد في الاتصال مع الآخرين " مجلة الإدارة المجلد ٣٣ ، العددان ، ٣ ، ٤ القاهرة يناير وإبريل ٢٠٠١ .
- (٦٨) حسين حريم ، السلوك التنظيمي (عمان : دار زهران ، ١٩٩٧) ،
- (٦٩) محمد على الخولي . الحياة مع لغتين ، (الكويت : دار الفلاح ١٩٩٠) ،
- (٧٠) عبد الستار إبراهيم ورضوي إبراهيم : " علم النفس أسسه ومعالم دارساته (الرياض : دار العلوم للطباعة والنشر ط ٣ ٢٠٠٣) .

- (٧١) محمد كشاش : لغة العيون (بيروت : المكتبة العصرية للطباعة والنشر ، ١٩٩٩)
- (٧٢) ايناس زيادة : كيف تقرأ أفكار الآخرين وحركات الجسم (بيروت : عالم الكتب ، ط ٢ ، ١٩٩٩) ،
- (٧٣) سامي سعيد محمد جميل : لغة الإشارة بين الواقع وتحديات القرن الحادي والعشرين ، المؤتمر القومي السابع للاتحاد هيئات رعاية الفئات الخاصة والمعوقين ، " القاهرة : ١٠ ديسمبر ١٩٩٨ " .
- (٧٤) أحمد عطية الله . سيكولوجية الضحك ، (القاهرة ، دار إحياء الكتب العربية ، ١٩٧٤) ،
- (٧٥) مدحت محمد أبو النصر . لغة الجسم ، دراسة في نظرية الاتصال الانساني غير اللفظي (القاهرة : مجموعة النيل للعربية ، ٢٠٠٦ ، ط ١) ،
- (٧٦) شاكر عبد الحميد : الفكاهة والضحك رؤية جديدة (الكويت : سلسلة عالم المعرفة ٢٠٠٣) ،
- (٧٧) السيد متولي العشماوى : " تقدير مستوي الإصغاء لدي بعض الأخصائيين المتعاملين مع بعض الحالات الفردية بالمجال التعليمي " ، المؤتمر العلمي التاسع لكلية الخدمة الاجتماعية ، جامعة القاهرة ، الفيوم : ١٩٩٦ .
- (٧٨) محمد عبد الغني حسن : مهارات الاتصال (القاهرة : مركز تطوير الأداء والتنمية ١٩٩٩) ،
- (٧٩) مدحت محمد أبو النصر . لغة الجسم ، دراسة في نظرية الاتصال الانساني غير اللفظي ،
- (٨٠) مدحت محمد أبو النصر . إدارة اجتماعات العمل بنجاح (القاهرة : مجموعة النيل العربية ٢٠٠٦) .
- (٨١) ج بيرنبرغ وه. كاليرو : كيف تحلل شخصية جلييك من خلال حركاته (دمشق : دار الرشيد ، ١٩٩٨) .
- (٨٢) مدحت محمد أبو النصر : اكتشاف شخصيتك وتعرف على مهارتك في الحياة والعمل ، (القاهرة : إتيراك للطباعة والنشر ، ٢٠٠٢) .

- (٨٣) محمد عبد الغنى حسن : مهارات الاتصال (القاهرة : مركز تطوير الأداء والتنمية ، ١٩٩٩) .
- (٨٤) سامية لطفى وعزة على : تاريخ وتطور الملابس عبر العصور (الاسكندرية : جامعة الاسكندرية ، ط ٢ ، ١٩٩٢) .
- (٨٥) بميك : البرنامج التدريبي : مهارات التقديم والعرض (الجيزة : مركز الخبرات المهنية للإدارة ، ٢٠٠٥) .
- (٨٦) يوسف أسعد : الشخصية المحبوبة (القاهرة : نهضة مصر للطباعة والنشر والتوزيع ، ١٩٩٩)
- (٨٧) عبد اللطيف حمزة : الإعلام فى صدر الإسلام، (القاهرة: دار الفكر العربى
- (٨٨) خالد محمد خالد : رجال حول الرسول ، (القاهرة : دار الريان للتراث ١٩٨٧)
- (٨٩) محمد سيد محمد :المسئولية فى الإسلام ، (الرياض : مكتبة الخانجي، ط١، ١٩٨٣)
- (٩٠) ابن هشام:السيرة النبوية ، تحقيق : مصطفى السقا وآخرين ، ج ٢ (القاهرة : مكتبة دار التراث)
- (٩١) عبد المجيد شكرى : الإعلام الإسلامى الواقع .. التحديات المستقبل ، (القاهرة : مكتبة العربى للنشر والتوزيع)